



Onderzoek Meeting aan Zee Februari 2015

INHOUDSTAFEL

INLEIDING	5
1 PROJECTDOELSTELLINGEN	6
2 BEGRIPPENKADER.....	7
3 METHODOLOGIE VAN HET ONDERZOEK.....	9
4 MEETING AANBOD	12
4.1 Meeting locaties en hun capaciteit	12
4.2 Kenmerken van het logies met meeting faciliteiten	26
4.3 Uitrusting en dienstverlening bij meeting venues	43
4.4 Dienstverleners	46
5 RAMING VAN DE VRAAG 2013.....	47
5.1 Volume van meeting activiteiten in logies	47
5.2 Volume van meeting activiteiten in meeting venues	49
5.3 Volume van meeting activiteiten bij dienstverleners voor teambuildings	50
5.4 Totale volume van meeting activiteiten aan de Kust	50
6 KENMERKEN VAN DE MEETING MARKT	55
6.1 Profiel van organisaties met meetings aan de Kust.....	55
6.2 Kenmerken van het meeting toerisme aan de Kust.....	62
6.3 Motivatie-en beslissingsproces	70
6.4 Tevredenheid	90
6.4.1 Tevredenheid over de Kust als meeting bestemming	90
6.4.2 Tevredenheid over de meeting locaties aan de Kust	97
6.4.3 Tevredenheid over de organisatoren van activiteiten aan de Kust.....	103
6.5 Bestedingen aan de Kust.....	107
7 OMZET VAN HET MEETING TOERISME AAN DE KUST	109
7.1 Omzet door meeting planners aan de Kust.....	110
7.2 Omzet door deelnemers aan de Kust.....	111
7.3 Volume van omzet meeting toerisme aan de Kust.....	112
8 OPVOLGING MEETING TOERISME AAN DE KUST	115
8.1 Monitor module	115
8.2 Feedback	116
9 Conclusies.....	117
9.1 Samenvattende cijfers	117
9.2 SWOT voor de Kust als meeting bestemming	117
9.3 Algemene aanbevelingen.....	119
9.4 Aanbevelingen per type meeting activiteit.....	120
10 BIJLAGES.....	122
10.1 Lijst dieptegesprekken	122

INLEIDING

Het meeting toerisme is voor de Vlaamse Kust een interessant gegeven. Door zijn complementariteit aan het 'leisure' toerisme dat vooral in weekends en in vakantieperiodes plaatsvindt, kunnen logiesinfrastructuren op een optimale wijze worden ingezet in de week en buiten de zomermaanden.

Het meeting toerisme aan de Kust is een uniek gegeven door de waaier van incentive- en teambuildingmogelijkheden die er kunnen worden georganiseerd verbonden aan de specifieke omgeving van strand en zee.

Diverse logiesuitbaters, venues en kustgemeenten werken actief op deze nichemarkt. Ook Westtoer leverde in het verleden inspanningen om deze markt promotioneel te benaderen en informatie te verstrekken over het meeting aanbod aan de Kust aan potentiële klanten. Toerisme Vlaanderen richt zich meer op de buitenlandse meeting markt en neemt deel aan beurzen gericht op deze nichemarkt. Op hun website wordt ook het meeting aanbod van de Kust meegenomen.

Vooralsnog stelt zich het probleem dat er weinig tot geen betrouwbare gegevens beschikbaar zijn over het belang en de specifieke kenmerken van het meeting toerisme aan de Kust. Daardoor valt het moeilijk om de investerings- en promotie inspanningen van de diverse actoren te evalueren op het niveau van de Kust.

De subsidies van het Impulsprogramma Kust van de Vlaamse regering boden aan het Kenniscentrum van Westtoer de mogelijkheden om meer gedetailleerd dit fenomeen in kaart te brengen en een instrument te ontwikkelen voor het continu verzamelen van betrouwbare gegevens over dit onderdeel van het kusttoerisme.

De resultaten van het onderzoek worden voorgesteld in voorliggend rapport.

1 PROJECTDOELSTELLINGEN

Het project Meeting aan Zee wil inzicht bieden in de specifieke kenmerken van het meeting toerisme aan de Vlaamse Kust en de mogelijke perspectieven ervan.

Het project heeft twee subdoelstellingen.

1. Het in kaart brengen van de positie van de Vlaamse Kust binnen het meeting toerisme in Vlaanderen in 2013

Het meeting aanbod aan de Kust werd in detail geïdentificeerd en geïnventariseerd, zowel bij *meeting locaties in logies als buiten logies*. Daarnaast werden ook *de dienstverleners* die aan de Kust actief zijn rond *incentives en teambuilding* geïdentificeerd. De inventarisatie houdt een beschrijving in van de capaciteiten en van de diverse niveaus van uitrusting van de meeting locaties.

De globale vraag naar meeting activiteiten voor 2013 werd ingeschat door extrapolatie van de gegevens uit de bestaande meeting monitor bij een steekproef van meeting aanbieders op het totale meeting aanbod en door een specifieke bevraging bij venues en dienstverleners over hun activiteiten.

Om meer gedetailleerde informatie over de vraag te verkrijgen betreffende gedrag, tevredenheid en bestedingen van meeting planners aan de Kust werd een online vragenlijst verstuurd naar een uitgebreid databestand van *Belgische meeting planners*.

Aanvullend werden diepte-interviews georganiseerd bij diverse belangrijke spelers binnen het meeting gebeuren in Vlaanderen met het oog op het detecteren van de globale trends in de meeting markt en van de sterktes en zwaktes van de Kust als meeting bestemming.

2. Het ontwikkelen van een monitor voor het continu opvolgen van evoluties in het meeting toerisme aan de Kust

Om specifieke acties voor het meeting toerisme aan de Kust te kunnen evalueren is het belangrijk om deze sector van nabij, en op een continue manier, te volgen. Daartoe werd een online monitoringsysteem opgezet waarbij de meeting markt aan de Kust op een continue wijze kan worden gevolgd.

Deelnemende meeting uitbaters worden maandelijks automatisch aangespoord een beperkt aantal gegevens rond hun specifieke meeting activiteiten online in te geven. Concreet wordt gevraagd naar het aantal dagen dat de activiteit doorging, het aantal personen, het aantal overnachtingen (voor meetinglogies), de sector en de herkomst van de organisator.

Via deze monitormodule krijgt elke uitbater persoonlijke feedback en zicht op zijn eigen ontwikkelingen op het vlak van het meeting toerisme vergeleken met de totale steekproef.

2 BEGRIPPENKADER

Binnen de wereld van het meeting toerisme wordt een geëigend vakjargon gebruikt. Ter verduidelijking definiëren we hierna de terminologie die we aanwenden binnen het kader van dit onderzoek.

Congres

Een congres is een bijeenkomst van grotere groepen (minstens 50 personen) afkomstig uit verschillende organisaties die één of meer dagen over enkele, of een aantal met elkaar samenhangende, onderwerpen gestructureerd van gedachten wisselen om tot overeenkomst of tot kennisvermeerdering te komen (naar definitie van het Nederlands Congres Bureau).

Uitzonderlijk kunnen ook kleinere groepen een congres organiseren waarbij kennisoverdracht centraal staat, sprekers aanwezig zijn en geruime tijd op voorhand geboekt is bij de meeting locatie. Een belangrijk kenmerk van een congres bestaat erin dat de deelnemers afkomstig zijn van diverse organisaties.

Congrescentrum

Een congrescentrum is een locatie uitgerust om meetings, congressen en events te organiseren. Aan de Kust gaat hier over Culturele Centra, Casino's en Meeting- en eventcentra.

Meetcentive

Een meetcentive combineert een meeting met een groepsactiviteit zoals een teambuilding.

Meeting

Bij een meeting ligt de nadruk op het 'vergaderen' en is geen andere groepsactiviteit voorzien voor de deelnemers. Onder meetings vallen onder andere managementmeetings, opleidingen, corporate events voor klanten of externe partners, productvoorstellingen, e.a.

Het verschil met een congres ligt in het feit dat er meestal geen externe sprekers aanwezig zijn en dat de deelnemers vaak uit 1 organisatie afkomstig zijn.

Meeting activiteit

De term meeting activiteit is een verzamelnaam voor alle types activiteiten die organisaties op professioneel gebied organiseren voor hun eigen werknemers, klanten of externe partners.

Daaronder vallen volgende activiteiten:

- Professionele vergaderingen
- Professionele opleidingen / trainingen
- Congressen
- Professionele beurzen
- Corporate events voor klanten of externe partners
- Teambuilding activiteiten
- Incentive-activiteiten
- Personeelsuitstappen
- Familiedagen voor personeel
- Productvoorstellingen

Volgende activiteiten werden binnen het kader van dit onderzoek niet opgenomen onder meeting activiteiten: familiefeesten, publieksevenementen en consumentenbeurzen.

Professionele beurs

Een professionele beurs is een beurs met beperkte toegang. Het gaat hier over een beurs die niet open staat voor het grote publiek, maar voor een welbepaald type van professionele bezoekers. Dit kunnen (potentiële) klanten zijn, externe partners, e.a.

Special venue

Een special venue is een locatie die sporadisch gebruikt wordt voor het organiseren van meeting activiteiten. De hoofdactiviteit van een special venue is niet gericht op de meeting markt, maar de locatie staat wel open voor het organiseren van meeting activiteiten. Het gaat hier over musea, restaurants, of andere locaties.

Teambuilding

Naast pure teambuilding activiteiten horen hier ook incentive activiteiten, personeelsuitstappen en familiedagen voor het personeel onder.

Vergaderzaal

Een vergaderzaal is een zaal die specifiek ingericht is voor meetings zoals vergaderingen en opleidingen. Een vergaderzaal staat in tegenstelling met een polyvalente ruimte die niet specifiek ingericht is voor vergaderingen en opleidingen maar wel sporadisch ingezet wordt voor meeting activiteiten. Hiertoe behoren ontbijtruimtes, restaurantgedeeltes, kamers die ingezet worden als break-outroom.

Zaalopstelling in U-vorm

Alle deelnemers aan de meeting activiteit hebben een aparte zitplaats aan één tafel met zicht op elkaar. Deze tafel is in een u-vorm opgesteld.

Zaalopstelling in schoolstijl

Alle deelnemers aan de meeting activiteit hebben een aparte zitplaats aan een tafel. Deze zijn in rijen opgesteld.

Zaalopstelling in theaterstijl

Alle deelnemers aan de meeting activiteit hebben een aparte zitplaats en zitten in rijen.

3 METHODOLOGIE VAN HET ONDERZOEK

Het onderzoek werd georganiseerd in 4 stappen.

1. Identificatie en inventarisatie van het meeting aanbod

De aanbieders van meeting locaties in logies werden geïdentificeerd op basis van de windatabank van Westtoer van 2013 waar bij alle logies aan de Kust gevraagd werd naar hun vergaderinfrastructuur. Uiteindelijk werden enkel de logiesaanbieders overgehouden met één of meerdere specifiek ingerichte vergaderzalen. Een uitzondering werd gemaakt voor 4 logiesuitbaters die aangaven dat ze enkel polyvalente ruimtes inzetten maar wel actief werken op de meeting markt door o.a. op hun website aan te geven dat er vergadermogelijkheden zijn.

Wat betreft de locaties in venues werd gebruikt gemaakt van de meeting website van Westtoer en de diverse websites van de kustgemeenten.

Deze aanbieders van meeting locaties werden verder in detail bevraagd via een *online vragenlijst* over:

- Het aantal meeting activiteiten in 2013 (benaderend)
- Het aantal meeting zalen met hun capaciteit volgens diverse opstellingen en met hun uitrusting
- Het aantal polyvalente ruimtes met hun capaciteit volgens diverse opstellingen
- De dienstverlening door de meeting aanbieder naar meeting organisatoren toe
- Aangeboden comfort (bij logies)
- Inspanningen in functie van milieuvriendelijk beheer.

Daarnaast werden ook de **dienstverleners die aan de Kust incentives en team-building activiteiten** organiseren geïdentificeerd. Hieronder vallen de strandclubs en de organisatoren van teambuildings. Zij kunnen gelokaliseerd zijn aan de Kust of zich in het binnenland bevinden maar wel actief zijn met groepen aan de Kust.

2. Inschatting van de vraag in 2013

Om de globale vraag naar meeting activiteiten (meetings, meetcentives, teambuilding-activiteiten, congressen en professionele beurzen) aan de Kust in te schatten werd ervoor geopteerd om de vraag te bepalen vanuit een combinatie van vraaggegevens en gegevens over het aanbod. Om enkel vanuit de vraagzijde een inschatting te maken was moeilijk doordat het onmogelijk bleek om een exhaustief en geactualiseerd adressenbestand van meeting planners in bedrijven en organisaties te verkrijgen.

Daarom werden zoveel mogelijk gegevens gebruikt uit de meetingmonitor (21 logies-uitbatingen) en via persoonlijke contacten met logiesuitbaters (14) waarbij we een correlatieanalyse uitvoerden tussen aanbodvariabelen en hun aantal meeting activiteiten voor 2013. Op basis van een op deze manier bekomen correlatiefactor werd de vraag ingeschat voor de aanbieders die niet in de steekproef van de meetingmonitor zijn opgenomen. Zo kon een vrij realistische inschatting van de vraag bij de meeting aanbieders aan de Kust voor 2013 worden bekomen en werden de benaderende gegevens uit de online enquête geverifieerd en gecorrigeerd. Voor venues en dienstverleners werd het aantal activiteiten in 2013 opgevraagd.

3. Gedetailleerde bevraging bij meeting planners en deelnemers aan activiteiten

Online bevraging bij meeting planners

Via een online vragenlijst werden meeting planners binnen bedrijven/verenigingen bevroegd. Deze vragenlijst werd uitgestuurd naar de database van de MICE-cel van Westtoer. Deze database bestaat uit circa 25 000 emailadressen van binnenlandse meeting planners, opt-in adressen van bedrijven en organisaties die interesse betoonden om informatie te ontvangen over de mogelijkheden voor vergaderingen, congressen, teambuildings en incentives aan de Kust. Naast de database van Westtoer kregen we ook de toestemming om de database van het Convention Bureau van Oostende éénmalig te gebruiken voor dit onderzoek. Dubbele contactgegevens werden uit deze database gefilterd. Zo werden nog eens 3 500 extra contacten van meeting planners toegevoegd.

Om de respons nog te verhogen werden ook aanvullend emailadressen van meeting planners verzameld via uitbaters van meeting locaties en organisatoren van incentives en teambuilding activiteiten. Van 10 uitbaters kregen we 580 bijkomende emailadressen van planners die recent een meeting activiteit bij hen organiseerden en die we in kader van dit onderzoek mochten aanschrijven. Andere aanbieders kozen ervoor om zelf de uitnodigingsmail van het onderzoek aan hun klanten te bezorgen.

De focus van de bevraging lag bij Belgische meeting, congres- en beursplanners die tussen 2012 en 2014 een meeting activiteit aan de Kust organiseerden. Maar ook professionele planners (DMC's, PCO's, evenementenorganisatoren, e.a.) en meeting planners die in deze periode buiten de Kust een meeting activiteit organiseerden, werden kort bevroegd. Meeting planners die geen enkele meeting activiteit buitenhuis hadden georganiseerd werden helemaal niet bevroegd.

De meeting planners die de vragenlijst invulden maakten kans op het winnen van een mooie prijs. Twee teambuildings voor 15 personen aan de Kust werden verloot onder de deelnemende planners, elk met een waarde van 1 050 euro. Daarnaast werden ook 20 waardebonnen van 60 euro voor een lunch in een twee-sterrenrestaurant verloot. Desondanks bleef de respons vrij laag: 2,8% van de Nederlandstalige en 1,1% van de Franstalige planners uit de databases namen deel aan het onderzoek.

Uiteindelijk kon het kenniscentrum van **Westtoer 761 bruikbare vragenlijsten** verzamelen. Tabel 1 geeft een overzicht van de verzamelde enquêtes per type deelnemer.

- 294 uitgebreide vragenlijsten (39%) bij meeting planners die voor hun bedrijf/vereniging een activiteit organiseerden aan de Vlaamse Kust;
- 352 kortere enquêtes (46%) bij meeting planners die geen activiteit aan de Kust organiseerden maar wel ergens anders;
- 55 vragenlijsten (7%) bij professionele planners die als tussenpersoon voor andere bedrijven/verenigingen een meeting activiteit aan de Kust organiseerden;
- 60 vragenlijsten (8%) bij professionele planners die als tussenpersoon meeting activiteiten organiseren voor diverse bedrijven/verenigingen maar dat niet deden aan de Kust.

Naast de 761 ontvangen enquêtes gaven ook 171 meeting planners aan geen enkele meeting activiteit buitenhuis te hebben georganiseerd in die periode. Zij werden niet verder bevraagd.

Tabel 1

Aantal ontvangen enquêtes van meeting planners naar type, Kust, 2013

Type meeting planner	Aantal enquêtes
Met activiteit aan de Kust voor eigen bedrijf/ vereniging	294
Met activiteit buiten de Kust voor eigen bedrijf/vereniging	352
Professionele planner met minstens één activiteit aan de Kust	55
Professionele planner met geen enkele activiteit aan de Kust	60
Totaal aantal enquêtes	761

Bevraging bij deelnemers aan meeting activiteiten

Tijdens een meeting activiteit kunnen deelnemers ook eigen bestedingen aan de Kust maken. Zij zijn minder belangrijk voor de keuze van de locatie van een meeting, maar kunnen door een positieve ervaring eventueel later terugkeren als 'leisure' toerist.

In eerste instantie werd geopteerd om via flyers deelnemers uit te nodigen na hun meeting activiteit een korte vragenlijst online in te vullen. Wegens een zeer lage respons werd uiteindelijk geopteerd om *de vragenlijst ter plaatse af te nemen* bij de deelnemers na toestemming van de organisator. Omdat deze bevraging ook de bestedingen aan de Kust opvraagt, werd deze vragenlijst zoveel mogelijk afgenomen na de meeting activiteit. Indien dit niet mogelijk was, werden de deelnemers tijdens het laatste pauzemoment bevraagd. Ook de deelnemers maakten kans op een prijs; 3 Vlaanderen Vakantiecheques ter waarde van 150 euro werden toegewezen.

Uiteindelijk werden **354 enquêtes** afgenomen bij deelnemers aan meeting activiteiten aan de Kust. De resultaten werden vooral gebruikt om de bijkomende bestedingen in te schatten.

4. Diepte-interviews

20 dieptegesprekken met meeting planners, DMC's, evenementenorganisatoren en aanbieders aan de Kust werden afgenomen met het doel een accurater beeld te verkrijgen van de positie (sterkten en zwakten) van de Kust op de meeting markt.

Tijdens deze gesprekken werd ook gepolst naar trends in de meeting markt en de kansen voor het meeting toerisme aan de Kust.

4 MEETING AANBOD

Het meeting aanbod aan de Vlaamse Kust is tweeledig:

- aanbieders van meeting locaties;
- dienstverleners die zich specifiek op de markt van teambuilding en incentives begeven en niet altijd een vaste locatie hebben.

In een eerste deel bespreken we de aanbieders van meeting locaties zowel naar type als naar kustgemeente. Daarna wordt apart ingegaan op de specifieke kenmerken van de meeting locaties in logies en op deze van de meeting locaties in de venues. Een overzicht van de dienstverleners actief op de meeting markt aan de Kust sluit dit onderdeel af.

4.1 Meeting locaties en hun capaciteit

Naar type aanbieder

In 2013 heeft de Kust 113 aanbieders van meeting locaties met één of meerdere zalen

70% of 79 aanbieders van meeting locaties zijn logiesuitbaters: 53 hotels, 15 vakantiecentra^(a), 9 jeugdlogies en 2 vakantieparken.

30% of 34 aanbieders van locaties zijn 'meeting venues' waar niet overnacht kan worden: 15 congrescentra en 19 special venues.

Tabel 2

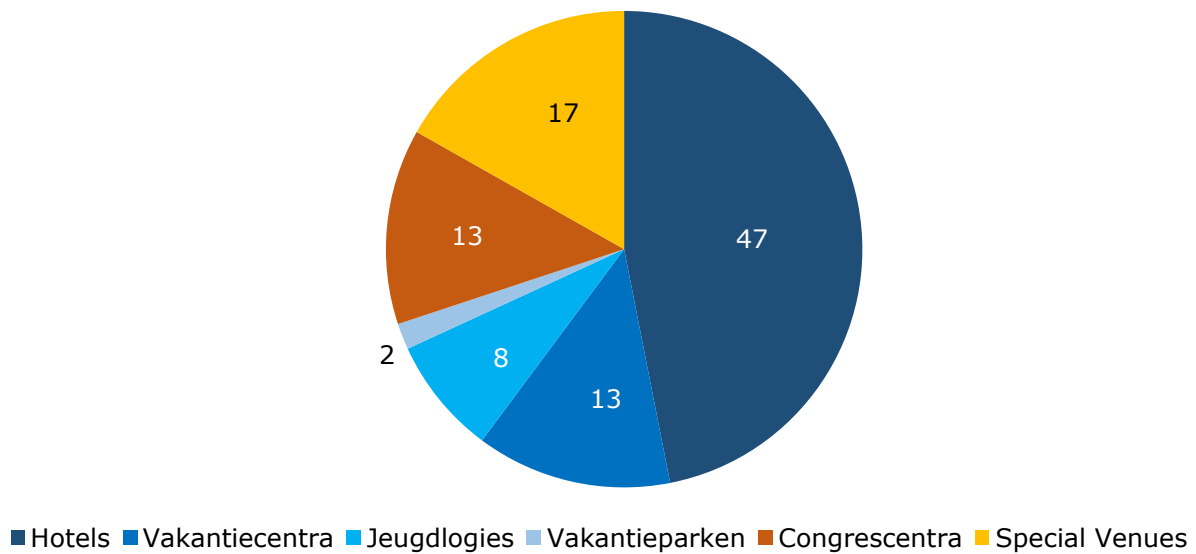
Aantal aanbieders van meeting locaties naar type, Kust, 2013

Type aanbieders	Aantal aanbieders	Aandeel
Hotels	53	46,9
Vakantiecentra	15 ^(a)	13,3
Jeugdlogies	9	8,0
Vakantieparken	2	1,8
MEETING LOGIES	79	70,0
Congrescentra	15	13,2
Special venues	19	16,8
MEETING VENUES	34	30,0
Totaal	113	100,0

^(a) Sinds begin 2015 gaan de vakantiecentra Ravelingen en De Kinkhoorn officieel samen verder onder de naam Vayamundo. In deze studie zijn deze twee vakantiecentra nog apart opgenomen.

Grafiek 1

Aandeel aantal aanbieders van meeting locaties naar type, in %, Kust, 2013



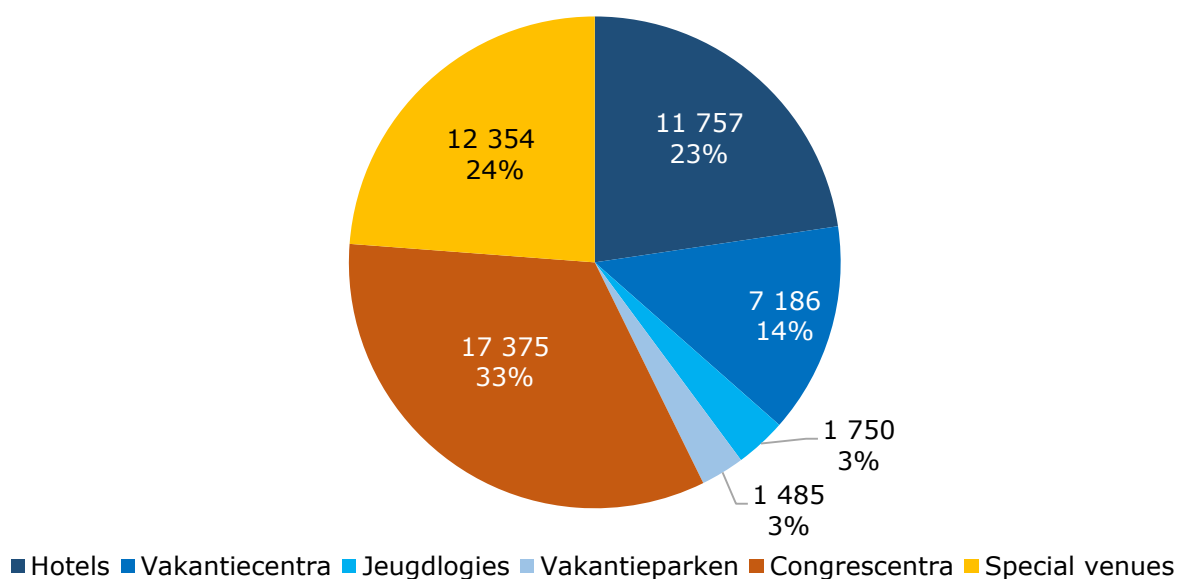
Samen bieden de 113 aanbieders **469 zalen** aan (zowel vergaderzalen als polyvalente zalen) goed voor **bijna 52 000 personen**

Grafiek 2 toont de *personencapaciteit per type aanbieder*, in aantal en in aandeel.

Congrescentra en special venues bieden 57% aan van de personencapaciteit aan de Kust. Bij de logies zijn de hotels het belangrijkste in personencapaciteit met 23% gevolgd door de vakantiecentra met 14%. Jeugdlogies en vakantieparken zijn elk goed voor 3% van de totale personencapaciteit.

Grafiek 2

Aandeel van de personencapaciteit van meeting locaties per type aanbieder, in %, Kust, 2013



De belangrijkste detailgegevens van de aanbieders van meeting locaties wat capaciteit betreft zijn weergegeven in tabellen 3, 4 en 5.

Tabel 3 geeft per type aanbieder het aantal zalen en de totale personencapaciteit weer. Deze capaciteit, door de aanbieder opgegeven, wordt weergegeven in theateropstelling. Indien een theateropstelling niet mogelijk is, wordt schoolstijl of U-vorm gebruikt. De capaciteit van de grootste zaal wordt ook weergegeven omdat dit een indicatie geeft van de maximale groepsgrootte die aan de Kust in één zaal terecht kan.

Tabel 4 geeft de spreiding weer van de personencapaciteit per aanbieder van meeting locaties, terwijl tabel 5 de spreiding weergeeft van de personencapaciteit per zaal. Deze spreiding geeft een betere duiding dan enkel de gemiddelde personencapaciteit per aanbieder of per zaal.

De capaciteit van de meeting locaties aan de Kust kan als volgt worden beschreven.

- De **15 congrescentra** kunnen bijna **17 400 personen** opvangen (33% van de totale capaciteit) in 78 zalen.

Een congrescentrum aan de Kust kan gemiddeld 1 158 personen ontvangen en heeft gemiddeld 5,2 zalen. 8 van de 15 congrescentra hebben een totale capaciteit van 1 000 personen en meer, 5 tussen 250 en 999 personen en twee zijn eerder kleinschalig met een capaciteit van minder dan 250 personen.

De gemiddelde capaciteit per zaal in congrescentra aan de Kust is 223 personen.

De zalen in de congrescentra zijn eerder kleinschalig: de helft van de zalen in de congrescentra heeft een capaciteit tussen 50 en 249 personen en een vierde kan enkel minder dan 50 personen plaatsen. Slechts een vierde van de zalen in congrescentra kan meer dan 250 personen plaatsen. De grootste zaal bevindt zich in het *Kursaal van Oostende* en kan *2 050 personen* plaatsen.

- De **19 special venues** zijn goed voor een capaciteit van **12 350 personen** (24% van de totale capaciteit) in 48 zalen.

Een aanbieder van een special venue aan de Kust kan gemiddeld 650 personen ontvangen en heeft gemiddeld 2,5 zalen. De meeste special venues (13 special venues) zijn eerder kleinschalig en hebben een totale capaciteit van minder dan 250 personen. 6 special venues hebben een grotere capaciteit waarvan 2 in totaal een capaciteit bezitten voor meer dan 2 000 personen.

De gemiddelde capaciteit per zaal ligt bij special venues aan de Kust op 257 personen, iets meer dan bij de congrescentra. Toch is 42% van de zalen in special venues zeer kleinschalig met enkel plaats voor minder dan 50 personen. 39% heeft een capaciteit tussen 50 en 249 personen en 19% kan meer dan 250 personen plaatsen.

*De grootste zaal is gesitueerd in de *Sleuyter Arena in Oostende* en heeft een capaciteit van *4 800 personen*.*

Onder de special venues bevinden zich onder andere 4 musea, 3 restaurants, 3 historische sites en 2 attracties.

De strandclubs werden hier niet meegenomen als special venues omdat die zelden ingezet worden voor vergaderingen maar wel als onderdeel van een teambuilding activiteit.

- **53 hotels** hebben een meeting capaciteit van **bijna 12 000 personen** (23% van de totale capaciteit) en dit gespreid over 211 zalen.

Hotels hebben gemiddeld 4,0 zalen en een gemiddelde personencapaciteit per aanbieder van 222 personen. 25 van deze meeting hotels hebben een capaciteit van minder dan 100 personen, 14 tussen 100 en 249 personen en 14 hotels kunnen meer dan 250 personen plaatsen.

*De gemiddelde capaciteit van een zaal in hotels ligt op 56 personen. Hotels bieden dus kleinschalige zalen aan. 39% van de zalen in hotels zijn geschikt voor minder dan 25 personen, 24% voor 25 tot 49 personen en 24% voor 50 tot 99 personen. Slechts 13% van de zalen in hotels kunnen 100 personen of meer plaatsen. De grootste zaal in de kusthotels situeert zich in het hotel *Thermae Palace* in Oostende en kan 650 personen plaatsen.*

- **15 vakantiecentra** kunnen bijna 7 200 personen plaatsen (14% van de totale capaciteit) in 91 zalen.

De gemiddelde personencapaciteit van een vakantiecentrum ligt op 479 per aanbieder en gemiddeld 6,1 zalen waarmee ze grootschaliger zijn dan de kusthotels. 6 vakantiecentra kunnen tussen 250 en 499 personen plaatsen en 4 kunnen meer dan 500 personen opvangen. De overige 5 vakantiecentra zijn iets kleinschaliger en kunnen minder dan 250 personen plaatsen.

*De gemiddelde capaciteit van een zaal bij vakantiecentra is 79 personen. Dit gemiddelde ligt hoger dan dat in de hotels. 13% van de zalen in vakantiecentra zijn geschikt tot 24 personen, 40% hebben een capaciteit tussen 25 en 49 personen, 24% tussen 50 en 99 personen en 23% voor 100 personen of meer. De grootste zaal is gesitueerd in het vakantiecentrum *Floréal* in Blankenberge en kan 650 personen plaatsen.*

- **9 uitbatingen van jeugdlogies** kunnen plaats bieden aan **1 750 personen** (3% van de totale capaciteit) in 29 zalen.

De uitbatingen van jeugdlogies hebben gemiddeld een capaciteit van 194 personen in gemiddeld 3,2 zalen. 5 van deze uitbatingen hebben een capaciteit van minder dan 250 personen en 4 een capaciteit die hoger ligt.

*De gemiddelde capaciteit van een zaal bij jeugdlogies is 60 personen, ongeveer gelijkaardig aan de hotels. 10% van de 29 zalen heeft een capaciteit kleiner dan 25 personen, 38% tussen 25 en 49 personen, 35% tussen 50 en 99 personen, en 17% voor 100 personen of meer. De grootste zaal situeert zich in *De Zeekameel* in Middelkerke die 200 personen kan plaatsen.*

- **De 2 vakantieparken** tenslotte hebben een personencapaciteit voor **1 500 personen** (3% van de totale capaciteit) gespreid over 12 zalen.

Gemiddeld biedt een vakantiepark aan de Kust plaats voor 743 personen in gemiddeld 6 zalen.

*De gemiddelde capaciteit van een zaal in een vakantiepark ligt op 124 personen. Vakantieparken bieden dus een vrij grootschalige infrastructuur aan, groter dan de vakantiecentra. De grootste zaal is te vinden in *Sunparks De Haan* en kan 500 personen plaatsen.*

Tabel 3

Aantal aanbieders, aantal zalen en personencapaciteit bij meeting locaties per type aanbieder, Kust, 2013

Type	Aantal aanbieders	Aantal zalen (incl. polyvalente)	In % zalen	Gemiddeld aantal zalen per aanbieder	Aantal personen (theateropstelling, U-/schoolvorm)	In % personen	Gemiddelde capaciteit per zaal	Gemiddelde capaciteit per aanbieder	Capaciteit grootste zaal
Hotels	53	211	45,0	4,0	11 757	22,6	56	222	650
Vakantiecentra	15	91	19,3	6,1	7 186	13,8	79	479	650
Jeugdlogies	9	29	6,2	3,2	1 750	3,4	60	194	200
Vakantieparken	2	12	2,5	6,0	1 485	2,9	124	743	500
LOGIES	79	343	73,1	4,3	22 178	42,7	65	281	-
Congrescentra	15	78	16,6	5,2	17 375	33,5	223	1 158	2 051
Special venues	19	48	10,3	2,5	12 354	23,8	257	650	4 779
VENUES	34	126	26,9	3,7	29 729	57,3	236	874	-
Totaal	113	469	100,0	4,2	51 907	100,0	111	459	-

Tabel 4

Spreiding van de personencapaciteit per meeting locatie naar type aanbieder, in %, Kust, 2013

Personencapaciteit per aanbieder (theaterstijl, of U-/schoolvorm)	Meeting logies				Meeting venues		Totaal meeting locaties
	Hotels	Vakantie- centra	Jeugdlogies	Vakantie- parken	Congres- centra	Special Venues	
Tot 49	18,8	6,7	22,2	0,0	0,0	15,7	14,2
50 tot 99	28,3	6,7	11,1	0,0	0,0	15,7	17,7
100 tot 149	13,2	6,7	0,0	0,0	0,0	5,3	8,0
150 tot 199	7,5	13,3	0,0	0,0	0,0	26,3	9,7
200 tot 249	5,7	0,0	22,2	0,0	13,3	5,3	7,1
250 tot 299	9,4	13,2	33,4	0,0	6,7	0,0	9,7
300 tot 349	1,9	6,7	0,0	0,0	0,0	5,3	2,7
350 tot 399	3,8	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	2,7
400 tot 449	3,8	13,2	0,0	0,0	13,3	0,0	5,3
450 tot 499	1,9	6,7	0,0	50,0	6,7	0,0	3,5
500 tot 799	0,0	6,7	0,0	0,0	6,7	10,5	3,5
800 tot 999	1,9	6,7	0,0	50,0	0,0	0,0	2,7
1 000 tot 1 499	1,9	6,7	0,0	0,0	33,3	5,3	7,1
1 500 tot 1 999	0,0	6,7	0,0	0,0	13,3	0,0	2,7
2 000 tot 2 499	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	5,3	1,7
Meer dan 2 500	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7	5,3	1,7
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal aanbieders	53	15	9	2	15	19	113
Gemiddelde personencapaciteit per aanbieder	222	479	194	743	1 158	650	459

Tabel 5

Spreading van de personencapaciteit per zaal naar type aanbieder, in %, Kust, 2013

Personencapaciteit per zaal (theaterstijl, of U-/schoolvorm)	Meeting logies					Meeting venues			Totaal
	Hotels	Vakantie- centra	Jeugd- logies	Vakantie- parken	Totaal meeting logies	Congres- centra	Special Venues	Totaal meeting venues	
Tot 24 personen	39,4	13,2	10,4	33,4	29,7	11,5	22,8	15,9	26,0
25 tot 49 personen	24,3	39,6	37,9	8,3	28,9	12,8	18,8	15,1	25,2
50 tot 99 personen	23,7	24,2	34,5	8,3	24,2	19,2	22,8	20,7	23,2
100 tot 149 personen	6,2	14,3	13,8	8,3	9,0	10,3	12,5	11,1	9,6
150 tot 199 personen	0,9	1,1	0,0	16,7	1,5	10,3	4,2	7,9	3,2
200 tot 249 personen	2,8	1,1	3,4	16,7	2,9	10,3	0,0	6,3	3,8
250 tot 349 personen	0,9	1,1	0,0	0,0	0,9	3,8	6,3	4,8	1,9
350 tot 499 personen	0,9	4,3	0,0	0,0	1,7	11,5	0,0	7,1	3,2
500 tot 999 personen	0,9	1,1	0,0	8,3	1,2	7,7	6,3	7,1	2,8
1 000 personen en meer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	6,3	4,0	1,1
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal zalen	211	91	29	12	343	78	48	126	469
Gemiddelde personencapaciteit per zaal	56	79	60	124	65	223	257	236	111

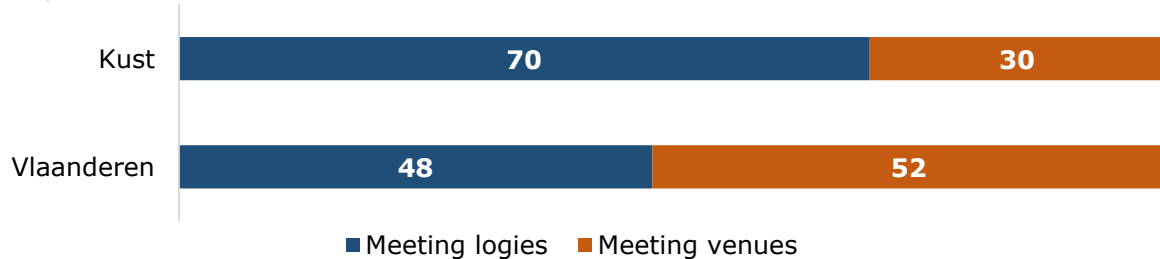
In vergelijking met Vlaanderen (inclusief Brussel) biedt de Kust relatief weinig locaties in meeting venues.

Hierbij mogen we niet vergeten dat bij de Kust ook strandclubs worden ingezet in het meeting gebeuren veelal voor teambuilding activiteiten gerelateerd aan strand en zee die het aanbod van de Kust verrijken.

De meeting locaties (exclusief de strandclubs) aan de Kust bevinden zich relatief meer in logies. Ook naar aantal zalen is het aanbod aan de Kust meer te situeren in deze categorie dan dat van Vlaanderen (inclusief Brussel).

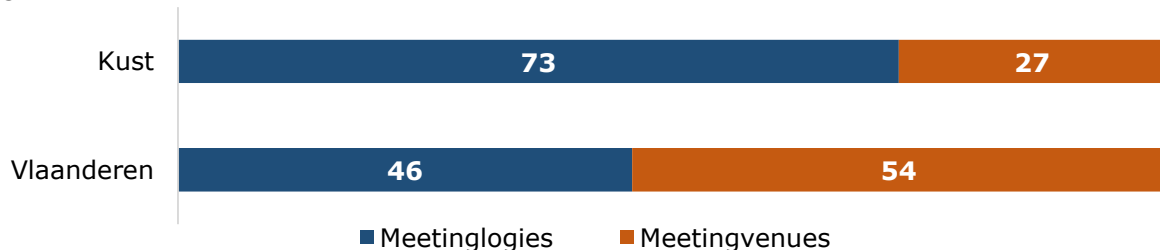
Grafiek 3

Aandeel aanbieders van meeting locaties naar type, Kust tegenover Vlaanderen (inclusief Brussel), in %, 2013



Grafiek 4

Aandeel aantal zalen naar type aanbieder, Kust tegenover Vlaanderen (inclusief Brussel), in %, 2013



De aanbieders aan de Kust zijn kleinschaliger dan deze in Vlaanderen (inclusief Brussel)

In vergelijking met Vlaanderen (inclusief Brussel) hebben aanbieders aan de Kust gemiddeld per aanbieder minder zalen ter beschikking (4,2 ten opzichte van 5,4).

Het grootste verschil vinden we terug bij de *congrescentra* (gemiddeld 5,2 zalen aan de Kust t.o.v. 8,9 in Vlaanderen en Brussel) en bij de *special venues* (gemiddeld 2,5 zalen aan de Kust t.o.v. 4,4 in Vlaanderen en Brussel). Enkel bij andere logiesvormen dan de meeting hotels ligt het aantal zalen op hetzelfde niveau.

Tabel 6

Gemiddeld aantal zalen per type aanbieder, Kust versus Vlaanderen, 2013

Gemiddeld aantal zalen per uitbater	Kust	Vlaanderen (incl. Brussel)
Hotels	4,0	5,3
Andere logies	5,1	5,0
Congrescentra	5,2	8,9
Special venues	2,5	4,4
Totaal	4,2	5,4

De gemiddelde personencapaciteit van meeting locaties aan de Kust is iets kleiner dan deze gemiddeld in Vlaanderen

Gemiddeld kan een meeting locatie aan de Kust **459 personen plaatsen t.o.v. 519 personen** in Vlaanderen en Brussel.

- 32% van de aanbieders aan de Kust biedt een capaciteit aan van *minder dan 100 personen*, tegenover 25% in Vlaanderen (inclusief Brussel)
- 34% van de aanbieders aan de Kust heeft een capaciteit *tussen de 100 en 300 personen*, tegenover 30% in Vlaanderen (inclusief Brussel)
- De Kust heeft weinig locaties met een capaciteit voor *meer dan 3 000 personen* met uitzondering van de Sleuyter Arena in Oostende (5 409 personen) en het Kursaal in Oostende (4 811 personen).

Tabel 7

Totale capaciteit bij aanbieders van meeting locaties, in %, Kust versus Vlaanderen, 2013

Totale personencapaciteit in theaterstijl	Aanbieders Kust In %	Aanbieders Vlaanderen (inclusief Brussel) In %
Tot 99	32	25
100 tot 199	17	17
200 tot 299	17	13
300 tot 399	5	8
400 tot 499	9	8
500 tot 749	2	10
750 tot 999	4	5
1 000 tot 1 999	10	9
2 000 tot 2 999	2	3
3 000 tot 4 999	1	2
5 000 en meer	1	0
Totaal	100	100
Aantal aanbieders	113	873
Gemiddelde personencapaciteit per uitbater	459	519

Ook de gemiddelde capaciteit van de grootste zaal is kleiner aan de Kust dan deze in Vlaanderen en Brussel.

- Bij 67% van de aanbieders aan de Kust heeft de grootste zaal een capaciteit van minder dan 150 personen. Bij aanbieders in Vlaanderen en Brussel ligt dit op 52%.
- Middelgrote tot grote groepen kunnen aan de Kust moeilijker terecht in één zaal dan in Vlaanderen en Brussel.

Tabel 8

Capaciteit van de grootste zaal bij aanbieders van meeting locaties, in %, Kust versus Vlaanderen, 2013

Personencapaciteit grootste zaal in theaterstijl	Aanbieders Kust In %	Aanbieders Vlaanderen (inclusief Brussel) In %
Tot 49	24	16
50 tot 99	26	21
100 tot 149	17	15
150 tot 199	3	8
200 tot 299	8	12
300 tot 499	9	14
500 tot 999	9	10
1 000 tot 1 499	2	2
1 500 tot 1 999	0	1
2 000 en meer	2	1
Totaal	100	100
Aantal aanbieders	113	873
Gemiddelde personencapaciteit grootste zaal	237	253

Beperkte uitbreiding van het aanbod in 2014

In 2014 werd het aanbod van meeting locaties beperkt uitgebreid aan de Kust.

- In De Panne is een hotel bijgekomen met meeting faciliteiten en heeft een bestaand hotel in Oostende meeting faciliteiten geïnstalleerd. Daarmee werd het aanbod uitgebreid met 2 zalen en met capaciteit voor 80 personen.
- Daarnaast zijn er ook meeting locaties die bijkomend geïnvesteerd hebben om organisaties aan de Kust beter te ontvangen.

Voor de volgende jaren mogen we een verruiming van het aantal meeting locaties verwachten en wel door de volgende projecten die zich zullen realiseren:

- Plopsaland: hotel met meeting faciliteiten
- Verschillende Ibis hotels met meeting faciliteiten in De Haan, Nieuwpoort en Blankenberge

Meeting aanbod per kustgemeente

Oostende is koploper in meeting locaties

Met 32 aanbieders of 28% van het totaal van de meeting locaties aan de Vlaamse Kust is *Oostende* de belangrijkste kustgemeente en dit zowel in aantal aanbieders binnen logies (24%) als in aantal aanbieders in venues (38%).

Knokke-Heist, Koksijde en Blankenberge vormen een tweede belangrijke groep met 14 tot 17 spelers. Ze hebben vooral veel aanbieders in logies.

De Haan en Nieuwpoort hebben 10 aanbieders. *De Panne en Middelkerke* komen daarna met respectievelijk 6 en 5 aanbieders. *Zeebrugge en Bredene* hebben slechts een beperkt aantal spelers actief op dit marktsegment.

Tabel 9

Aantal aanbieders van meeting locaties per kustgemeente, Kust, 2013

Kustgemeente	Logies		Venues		Locaties	
	Aantal meeting logies	In % meeting logies	Aantal meeting-venues	In % meeting-venues	Totaal aantal meeting locaties	In % meeting locaties
Oostende	19	24,0	13	38,3	32	28,3
Knokke-Heist	14	17,7	3	8,8	17	15,1
Koksijde	13	16,4	3	8,8	16	14,2
Blankenberge	10	12,6	4	11,9	14	12,4
De Haan	7	8,9	3	8,8	10	8,8
Nieuwpoort	7	8,9	3	8,8	10	8,8
De Panne	4	5,1	2	5,9	6	5,3
Middelkerke	4	5,1	1	2,9	5	4,4
Zeebrugge	1	1,3	1	2,9	2	1,8
Bredene	0	0,0	1	2,9	1	0,9
Totaal	79	100,0	34	100,0	113	100,0

Oostende staat voor 46% van de totale personencapaciteit van meeting locaties aan de Kust

Tabel 10 geeft per kustgemeente het aantal zalen en de totale personencapaciteit weer, opgedeeld naar logies en venues. Per kustgemeente kan het meeting aanbod getypeerd worden als volgt.

Oostende

Het belangrijkste meeting aanbod aan de Kust bevindt zich zonder twijfel in Oostende met een capaciteit van 24 100 personen in 32 meeting locaties en 160 zalen. Daarmee heeft Oostende 46% van de totale personencapaciteit in meeting locaties aan de Kust.

13 venues bieden er plaats voor bijna 16 700 personen over 62 zalen waarmee Oostende meer dan de helft van de capaciteit in venues aanbiedt (56%). 19 logiesuitbaters hebben een capaciteit van 7 400 personen over 98 zalen of 33% van de totale meeting capaciteit in logies. De infrastructuur in zowel logies als deze in venues is grootschaliger in Oostende dan in de andere kustgemeenten met gemiddeld een groter aantal zalen én personencapaciteit per aanbieder (respectievelijk 5,2 zalen en 390 personen per meetinglogies en 4,8 zalen en 1 284 personen per meetingvenue) waarmee Oostende dichter aanleunt bij het Vlaamse gemiddelde

dan de andere kustgemeenten (zie tabel 6). Oostende heeft ook één van de hoogste gemiddelde personencapaciteit per zaal van 151 personen (76 personen in logies en 269 in venues) met de grootste zaal in venues van 4 779 personen (*Sleuyter Arena*) en, met Blankenberge, de grootste zaal in logies voor 650 personen (*Thermae Palace*).

Blankenberge

Blankenberge is de kustgemeente met de tweede belangrijkste personencapaciteit voor meeting activiteiten voor bijna 8 500 personen (16% van de totale kustcapaciteit) in 63 zalen aangeboden door 14 meeting locaties.

10 *logiesuitbaters* in Blankenberge hebben 51 zalen en een capaciteit van 4 850 personen of 22% van de totale personencapaciteit in meeting logies aan de Kust. De capaciteit in *venues* situeert zich in 4 locaties en 12 zalen goed voor 3 600 personen (of 12% van de totale venue capaciteit aan de Kust).

Gemiddeld per aanbieder kan Blankenberge 604 personen opvangen (485 per aanbieder in logies en 902 per aanbieder in venues). Blankenberge heeft eveneens een hoge gemiddelde capaciteit per zaal van 134 personen (95 personen in logies en 301 personen in venues) met de grootste zaal in logies voor 650 personen (*Floréal Blankenberge*) en de grootste zaal in venues voor 728 personen (*Casino Blankenberge*).

Koksijde

Koksijde heeft een relatief sterk aanbod van 16 aanbieders voor in totaal 4 730 personen (9% van de totale personencapaciteit in meeting locaties aan de Kust) over 65 zalen.

De capaciteit situeert zich vooral in *logies* (3 214 personen of 15% van de meeting capaciteit in logies aan de Kust) in 56 zalen aangeboden door 13 uitbaters en iets minder in *venues* 1 520 personen (of slechts 5% van de capaciteit in venues aan de Kust) in 9 zalen en aangeboden door 3 aanbieders.

Gemiddeld per aanbieder kan Koksijde 296 personen opvangen (247 per aanbieder in logies en 507 per aanbieder in venues). Koksijde heeft een gemiddelde capaciteit per zaal van 73 personen (57 personen in logies en 169 personen in venues). De grootste zalen in logies bieden elk plaats voor 200 personen (*Sunparks Oostduinkerke en Vakantiecentrum Hoge Duin*), de grootste zaal in een venue kan er 540 personen (*Casino Koksijde*) ontvangen.

Knokke-Heist

Knokke-Heist kan een capaciteit aanbieden van 4 230 personen voor meetings (8% van de totale personencapaciteit van de Kust), iets minder dan Koksijde, in 63 zalen aangeboden door 17 aanbieders. In tegenstelling tot Koksijde biedt Knokke-Heist meer personencapaciteit in *venues* (2 326 personen of 8% van de meeting capaciteit in venues aan de Kust, in 14 zalen bij 3 aanbieders). De venues zijn er grootschaliger dan in Koksijde. *Logies* zijn er goed voor 1 908 personen of 9% van de meeting capaciteit in logies aan de Kust, in 49 zalen bij 14 logiesuitbaters.

Gemiddeld per aanbieder kan Knokke-Heist 249 personen opvangen (136 per aanbieder in logies en 775 per aanbieder in venues). Knokke-Heist heeft per zaal een gemiddelde capaciteit van 67 personen (39 personen in logies en 166 personen in venues). De grootste zaal in logies biedt er plaats voor 350 personen (*Hotel La Réserve*), de grootste zaal in een venue kan 750 personen ontvangen (*Casino Knokke-Heist*) waarmee Knokke-Heist iets grotere groepen kan ontvangen dan Koksijde.

De Panne

Door de aanwezigheid van Plopsaland kan De Panne een totale personencapaciteit van net geen 3 000 personen aanbieden over 19 zalen en maar 6 aanbieders of 6% van de totale personencapaciteit aan de Kust. De *venues* zijn er goed voor 2 430 personen (of 8% van de capaciteit in venues aan de Kust) in 7 zalen en slechts door 2 aanbieders. Het *logies* biedt er

plaats voor 529 personen (of slechts 2% van de capaciteit in logies aan de Kust) en dit in 12 zalen bij 4 logiesuitbaters.

Gemiddeld per aanbieder kan De Panne 493 personen opvangen (132 per aanbieder in logies en 1 215 per aanbieder in venues). De Panne heeft per zaal een gemiddelde capaciteit van 156 personen (44 personen in logies en 347 personen in venues). De grootste zaal in logies in De Panne blijft beperkt tot 110 personen (*Hotel Donny*) maar de grootste zaal in venues kan 1 400 personen ontvangen (*Plopsaland*).

Nieuwpoort

Nieuwpoort heeft in totaal een capaciteit voor 2 900 personen of 6% van de meeting capaciteit van de Kust in 48 zalen aangeboden door 10 aanbieders. Nieuwpoort heeft veel meeting-capaciteit in logies. Het *logies* biedt er plaats voor 2 007 personen (of 9% van de capaciteit in logies aan de Kust) en dit in 40 zalen bij 7 logiesuitbaters. De *venues* zijn er goed voor slechts 895 personen (of 3% van de capaciteit in venues aan de Kust) in 8 zalen bij 3 aanbieders.

Gemiddeld per aanbieder kan Nieuwpoort 290 personen opvangen (287 in logies en 298 in venues). Nieuwpoort heeft per zaal een gemiddelde capaciteit van 60 personen (50 personen in logies en 112 personen in venues). De grootste zaal in logies in Nieuwpoort kan 200 personen zetten (*Hotel Cosmopolite*) en de grootste zaal in venues tot 300 personen (*Centrum Ysara*).

De Haan

De capaciteit in De Haan komt op 1 966 personen, in 29 zalen of 4% van de meeting capaciteit aan de Kust. De capaciteit situeert zich vooral in het *logies* met 1 450 personen (of 7% van de capaciteit in logies aan de Kust) en dit in 23 zalen en 7 logiesuitbatingen. De *venues* zijn er goed voor slechts 516 personen (of 2% van de capaciteit in venues aan de Kust) in 6 zalen bij 3 aanbieders.

Gemiddeld per aanbieder kan De Haan 197 personen opvangen (207 per aanbieder in logies en 172 per aanbieder in venues). De Haan heeft per zaal een gemiddelde capaciteit van 68 personen (63 personen in logies en 86 personen in venues). De grootste zaal in logies in De Haan kan 500 personen plaatsen (*Sunparks De Haan*) en de grootste zaal in venues kan slechts 226 personen ontvangen (*Ontmoetingscentrum d'Annexe*).

Bredene

Bredene heeft slechts één, maar belangrijke meeting locatie met een capaciteit voor 1 277 personen (*Staf Versluyscentrum*). Er is geen logies dat zich richt op de meeting markt.

Middelkerke

De capaciteit in Middelkerke komt op bijna 1 100 personen, in 12 zalen van 5 aanbieders en vertegenwoordigt 2% van de meeting capaciteit aan de Kust. De capaciteit situeert zich enerzijds in het *logies* met 697 personen (of 3% van de capaciteit in logies aan de Kust) en dit in 11 zalen en 4 logiesuitbatingen. Er is maar één *venue* goed voor 400 personen (of 1% van de capaciteit in venues aan de Kust). De grootste zaal in logies in Middelkerke kan 200 personen plaatsen (*Jeugdlogies De Zeekameel*).

Zeebrugge

Zeebrugge heeft de kleinste capaciteit voor 180 personen waarvan 109 personen in één hotel (*Ibis Styles Zeebrugge*) en 70 personen in één venue (*Seamen Centre*).

Tabel 10

Aantal aanbieders, aantal zalen en personencapaciteit bij meeting locaties per type aanbieder, per kustgemeente, 2013

Kustgemeente	Aantal aanbieders	Aantal zalen	In % zalen	Gemiddeld aantal zalen per aanbieder	Aantal personen (theater- opstelling)	In % personen	Gemiddelde capaciteit per zaal	Gemiddelde capaciteit per aanbieder	Capaciteit grootste zaal
Oostende	32	160	34,1	5,0	24 102	46,4	151	753	4 779
Logies	19	98	28,6	5,2	7 414	33,4	76	390	650
Venues	13	62	49,2	4,8	16 688	56,1	269	1 284	4 779
Blankenberge	14	63	13,4	4,5	8 457	16,3	134	604	728
Logies	10	51	14,9	5,1	4 850	21,9	95	485	650
Venues	4	12	9,5	3,0	3 607	12,1	301	902	728
Koksijde	16	65	13,9	4,1	4 734	9,1	73	296	540
Logies	13	56	16,3	4,3	3 214	14,5	57	247	200
Venues	3	9	7,1	3,0	1 520	5,1	169	507	540
Knokke-Heist	17	63	13,4	3,7	4 234	8,2	67	249	750
Logies	14	49	14,3	3,5	1 908	8,6	39	136	350
Venues	3	14	11,1	4,7	2 326	7,8	166	775	750
De Panne	6	19	4,1	3,2	2 959	5,7	156	493	1 400
Logies	4	12	3,5	3,0	529	2,4	44	132	110
Venues	2	7	5,6	3,5	2 430	8,2	347	1 215	1 400
Nieuwpoort	10	48	10,2	4,8	2 902	5,6	60	290	300
Logies	7	40	11,6	5,7	2 007	9,1	50	287	200
Venues	3	8	6,3	2,7	895	3,0	112	298	300
De Haan	10	29	6,2	2,9	1 966	3,8	68	197	500
Logies	7	23	6,7	3,3	1 450	6,5	63	207	500
Venues	3	6	4,8	2,0	516	1,7	86	172	226
Bredene	1	6	1,3	6,0	1 277	2,5	213	1277	525
Logies	0	0	0,0	0,0	0	0,0	0	0	0
Venues	1	6	4,8	6,0	1 277	4,3	213	1 277	525
Middelkerke	5	12	2,6	2,4	1 097	2,1	91	219	400
Logies	4	11	3,2	2,8	697	3,1	63	174	200
Venues	1	1	0,8	1,0	400	1,3	400	400	400
Zeebrugge	2	4	0,9	2,0	179	0,3	45	90	70
Logies	1	3	0,9	3,0	109	0,5	36	109	50
Venues	1	1	0,8	1,0	70	0,2	70	70	70
Totaal	113	469	100,0	4,2	51 907	100,0	111	459	4 779
Logies	79	343	100,0	4,3	22 178	100,0	65	281	650
Venues	34	126	100,0	3,7	29 729	100,0	236	874	4 779

4.2 Kenmerken van het logies met meeting faciliteiten

Type logies

Vooraf viersterrenhotels, vakantiecentra en vakantieparken zijn actief binnen het meeting toerisme

Van de 79 aanbieders in logies zijn 28 driesterrenhotels, 22 viersterrenhotels en 15 vakantiecentra. Verder zijn er nog 9 uitbatingen voor jeugdlogies, 3 tweesterrenhotels en 2 vakantieparken die meeting faciliteiten aanbieden.

Uit de vergelijking van het meeting logies met logies globaal voor de Kust kunnen we volgende conclusies maken:

- *viersterrenhotels* richten zich verhoudingsgewijs meer op de meeting markt: 79% van alle viersterrenhotels aan de Kust beschikt over meeting faciliteiten. Daartegenover staat dat slechts 29% van alle driesterrenhotels aan de Kust ook meeting faciliteiten heeft. Er zijn weinig tweesterrenhotels actief op deze markt (5%).
- Bijna *alle vakantiecentra* aan de Kust (83%) zijn actief op de meeting markt.
- Slechts een *beperkt aandeel van 18% van de jeugdlogies* aan de Kust heeft meeting faciliteiten.
- De 2 *vakantieparken* bieden *allebei* meeting faciliteiten aan.

Tabel 11

Aandeel logies met meeting faciliteiten in het totale logiesaanbod van de Kust, 2013

Type	Aantal logies met meeting faciliteiten	In % aantal meeting logies	In % aantal logiesuitbatingen
Hotels	53	67,1	26,5
2* hotel	3	3,8	5,2
3* hotel	28	35,5	28,9
4* hotel	22	27,8	78,6
Vakantiecentra	15	19,0	83,3
Jeugdlogies	9	11,4	18,4
Vakantieparken	2	2,5	100,0
Totaal	79	100,0	29,4

De volgende tabel geeft de capaciteiten weer bij de diverse logiesaanbieders.

Tabel 12

Aantal zalen en personencapaciteit bij logiesuitbatingen naar type, Kust, 2013

Type logies- uitbating	Aantal aanbieders	Aantal zalen	In % zalen	Gemiddeld aantal zalen per aanbieder	Personen- capaciteit (theater- opstelling)	In % personen	Gemiddelde capaciteit per zaal	Gemiddelde capaciteit per aanbieder	Capaciteit grootste zaal	Gemiddelde capaciteit grootste zaal
Hotels	53	211	61,5	4,0	11 757	53,0	56	222	650	100
2* hotel	3	5	1,4	1,7	286	1,3	57	95	100	45
3* hotel	28	97	28,3	3,5	5 093	23,0	53	182	400	82
4* hotel	22	109	31,8	5,0	6 378	28,7	59	290	650	132
Vakantiecentra	15	91	26,5	6,1	7 186	32,4	79	479	650	180
Jeugdlogies	9	29	8,5	3,2	1 750	7,9	60	194	200	88
Vakantieparken	2	12	3,5	6,0	1 485	6,7	124	743	500	350
Totaal	79	343	100,0	4,3	22 178	100,0	65	281	-	103

Het logies aan de Kust is goed voor een capaciteit van 22 178 personen voor meetings

Deze capaciteit situeert zich vooral in de *vakantiecentra* en in de *viersterrenhotels* aan de Kust (32% en 29% van de totale capaciteit in logies aan de Kust). De gemiddelde personencapaciteit in logies komt op een gemiddelde van 281 personen. De grootste gemiddelde capaciteit per type logiesuitbating bevindt zich in de *twee vakantieparken* (gemiddeld 743 personen) en de *vakantiecentra* (gemiddeld 479 personen per aanbieder).

De *tweesterren-, driesterrenhotels en het jeugdlogies* bieden relatief kleinschalige meeting-infrastructuren aan: van gemiddeld 95 tot 194 personen per aanbieder.

De *viersterren hotels* zijn duidelijk grootschaliger: ze bieden gemiddeld 5 zalen aan met een gemiddelde totale capaciteit van 290 personen per hotel. Gemiddeld zijn hun zalen ook iets groter dan de andere hotels. De grootste zaal in een viersterrenhotel biedt plaats aan 650 personen. In een driesterrenhotel biedt de grootste zaal plaats voor 400 personen.

Het type logies met meeting faciliteiten verschilt van gemeente tot gemeente

Oostende heeft een personencapaciteit in logies van 7 400 personen in 98 zalen, gespreid over 19 logiesuitbatingen. De 19 uitbatingen voor meeting logies zijn vrij gedifferentieerd met 5 viersterren- en 9 driesterrenhotels, 3 vakantiecentra en 2 jeugdlogies. Deze maken samen 41% uit van het totaal aantal logiesuitbatingen in deze types van logies in *Oostende* (exclusief kampeeruitbatingen en vakantieparken).

Blankenberge staat op de tweede plaats met 4 850 personen in 51 zalen en 10 logiesuitbatingen. De 10 logies zijn verdeeld over 5 viersterren-, 1 driesterrenhotel en 4 vakantiecentra. Deze 10 aanbieders zijn goed voor één vijfde (21%) van het totaalaanbod van logiesuitbatingen in deze type logies in *Blankenberge*.

Koksijde heeft een meeting capaciteit in logies van 3 200 personen in 56 zalen bij 13 logiesuitbaters. De meeting faciliteiten situeren zich in diverse types van logies: in 1 viersterrenhotel, in 3 driesterrenhotels, in 4 vakantiecentra, in 4 jeugdlogies en in één vakantiepark. Deze variatie in diverse logiestypes zorgt voor een grote personencapaciteit. Daarmee beschikt 41% van het logies in *Koksijde* in deze logiestypes over meeting faciliteiten.

Nieuwpoort heeft een capaciteit voor 2 000 personen in meeting logies in 40 zalen in 7 logiesuitbatingen. Ook in *Nieuwpoort* is het meeting logies vrij gedifferentieerd over 2 driesterren- en 1 tweesterrenhotel, 3 vakantiecentra en één jeugdlogies. Deze logiesuitbatingen zijn samen goed voor 41% van het totale aanbod in deze types van logies *Nieuwpoort*.

Knokke-Heist heeft een personencapaciteit van 1 900 personen verspreid over 49 zalen in 14 logies. De meeting faciliteiten bij logies in *Knokke-Heist* bevinden zich enkel in hotels: 8 viersterren- en 6 driesterrenhotels, die gekenmerkt worden door een vrij lage gemiddelde personencapaciteit per logiesuitbater. 40% van de logiesuitbaters in deze logiestypes heeft in deze badstad meeting faciliteiten.

De Haan biedt met zijn meeting logies een capaciteit aan voor 1 450 personen, in 23 zalen bij 7 logiesuitbaters. Met 5 hotels (1 viersterren- en 4 driesterrenhotels), 1 vakantiecentra en 1 vakantiepark bezit 23% van alle logiesuitbaters in deze types van logies in *De Haan* meeting faciliteiten.

Middelkerke bezit slechts enkele logiesuitbaters met vergaderinfrastructuur. Er kunnen 700 personen terecht in 11 zalen gespreid over 4 uitbaters. De zalen zijn gespreid over 2 hotels (1 driesterren- en 1 tweesterrenhotel) en 2 jeugdlogies. Daarmee bezit *17% van deze logiestypes* in Middelkerke meeting faciliteiten.

De Panne is vergelijkbaar met Middelkerke: de meeting logies bieden plaats voor 530 personen in 12 zalen bij 4 logiesuitbaters. Net als in Knokke-Heist heeft De Panne enkel hotels (2 viersterren-, 1 driesterren- en 1 tweesterrenhotel) die zich op de meeting markt begeven. Net als in Middelkerke is *het aandeel van logies met meeting faciliteiten in deze types van logies laag (16%)*.

Zeebrugge heeft slechts één driesterrenhotel met meeting faciliteiten. Drie zalen bieden er plaats voor iets meer dan 100 personen. Daarmee heeft 33% van het logies in deze types van logies Zeebrugge meeting faciliteiten.

Bredene heeft geen enkel logies met meeting faciliteiten.

Tabel 13

Aantal aanbieders, zalen en personencapaciteit in meeting logies per kustgemeente, Kust, 2013

Gemeente	Aantal meeting logies	Aandeel in totaal aantal logies in gemeente	Aantal zalen	In % zalen	Gemiddeld aantal zalen per aanbieder	Aantal personen (theater-opstelling)	In % personen	Gemiddelde capaciteit per zaal	Gemiddelde capaciteit per aanbieder	Capaciteit grootste zaal	Gemiddelde capaciteit grootste zaal
Oostende	19	41,3	98	28,6	5,2	7 414	33,4	76	390	650	144
Blankenberge	10	20,8	51	14,9	5,1	4 850	21,9	95	485	650	234
Koksijde	13	40,6	56	16,3	4,3	3 214	14,5	57	247	200	99
Nieuwpoort	7	41,2	40	11,6	5,7	2 007	9,1	50	287	200	107
Knokke-Heist	14	40,0	49	14,3	3,5	1 908	8,6	39	136	350	71
De Haan	7	22,6	23	6,7	3,3	1 450	6,5	63	207	500	109
Middelkerke	4	16,7	11	3,2	2,8	697	3,1	63	174	200	86
De Panne	4	16,0	12	3,5	3,0	529	2,4	44	132	110	61
Zeebrugge	1	33,3	3	0,9	3,0	109	0,5	36	109	50	50
Bredene	0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0	0	0	0
Totaal	79	29,4	343	100,0	4,3	22 178	100,0	65	281	650	103

Type zalen in logies

31% van de personencapaciteit voor meetings in logies situeert zich in polyvalente ruimtes

Het gebruik van *polyvalente ruimtes* voor meetings is in alle logies een courante praktijk. De volgende tabel toont dit meer in detail.

Opgesplitst naar type aangeboden zalen, bieden de 79 logiesuitbatingen aan de Kust 208 specifiek ingerichte vergaderzalen aan (61% van de zalen), waaronder 5 auditoria, en 135 polyvalente ruimtes die occasioneel ingezet worden voor meeting activiteiten (39%). Het gaat hier bijvoorbeeld over een ontbijtzaal, restaurant, andere ruimte, e.a. waarvan de aanbieder aangaf dat die ook ingezet worden als meeting ruimte.

Vakantieparken en hotels bieden verhoudingsgewijs meer polyvalente ruimtes aan, met weinig onderscheid tussen driesterren- en viersterrenhotels. Vakantiecentra bieden verhoudingsgewijs meer specifiek ingerichte vergaderzalen aan (67% van de zalen) goed voor 81% van hun personencapaciteit.

De specifiek ingerichte vergaderzalen hebben gemiddeld gezien een grotere capaciteit dan de polyvalente ruimtes (74 personen ten opzichte van 51).

69% van de totale personencapaciteit (ongeveer 15 300 personen) in logies zich bevindt in specifieke ingerichte vergaderzalen, terwijl polyvalente ruimtes goed zijn voor de overige 31% (ongeveer 6 900 personen).

Tabel 14

Aantal vergaderzalen en polyvalente zalen per type logiesaanbieder, Kust, 2013

Type logies- uitbating	Vergaderzalen					Polyvalente ruimtes				
	Aantal	In % totaal zalen	Personen- capaciteit	In % totale capaciteit zalen	Gemiddelde capaciteit per vergaderzaal	Aantal	In % totaal zalen	Personen- capaciteit	In % totale capaciteit zalen	Gemiddelde capaciteit per polyvalente ruimte
Hotels	122	57,8	7 612	64,7	62	89	42,2	4 145	35,3	47
2* hotel	5	100,0	286	100,0	57	0	0,0	0	0,0	0
3* hotel	55	56,7	3 476	68,3	63	42	43,3	1 617	31,7	39
4* hotel	62	56,9	3 850	60,4	62	47	43,1	2 528	39,6	54
Vakantiecentra	61	67,0	5 804	80,8	95	30	33,0	1 382	19,2	46
Jeugdlogies	19	65,5	1 045	59,7	55	10	34,5	705	40,3	71
Vakantieparken	6	50,0	860	57,9	143	6	50,0	625	42,1	104
Totaal	208	60,6	15 321	69,1	74	135	39,4	6 857	30,9	51

Kamercapaciteit in logies met meeting faciliteiten

De logiesuitbatingen met meeting faciliteiten bieden bijna 5 500 kamers aan goed voor net geen 17 700 bedden.

Tabel 15

Aantal kamers/eenheden en bedden per type meeting logies, Kust, 2013

Type	Aantal logies	Kamers			Bedden		
		Aantal kamers	Aandeel kamers in %	Gemiddeld per uitbater	Aantal bedden	Aandeel bedden in %	Gemiddeld per uitbater
Hotels	53	2 582	47,1	49	5 819	32,9	110
2* hotel	3	159	2,9	53	448	2,5	149
3* hotel	28	1 213	22,1	43	2 788	15,8	100
4* hotel	22	1 210	22,1	55	2 583	14,6	117
Vakantiecentra	15	1 528	27,8	102	4 815	27,2	321
Jeugdlogies	9	191	3,5	21	877	5,0	97
Vakantieparken	2	1 187	21,6	594	6 185	34,9	3 093
Totaal	79	5 488	100,0	69	17 696	100,0	224

53 hotels met meeting faciliteiten bieden in totaal 2 582 kamers aan (47% van het totaal aantal kamers in logiesuitbatingen met meeting faciliteiten aan de Kust), goed voor 5 819 bedden (33% van het totaal bedden in meeting logies). Er zijn ongeveer evenveel kamers in viersterren- als in driesterrenhotels en slechts een beperkt aantal kamers in tweesterrenhotels. Gemiddeld biedt een meeting hotel 49 kamers aan en 110 bedden. Er is weinig differentiatie onder de hotels wat het gemiddeld aantal kamers betreft: het zijn allen hotels met een gemiddelde schaal van 43 tot 55 kamers.

15 vakantiecentra zijn met 1 528 kamers goed voor iets meer dan een vierde (28%) in het aanbod van kamers en bedden bij de logiesuitbaters met meeting faciliteiten aan de Kust (4 815 bedden). Gemiddeld gezien heeft een vakantiecentrum op de meeting markt meer kamers (102) en bedden (321) te bieden dan een hotel en kunnen vakantiecentra zo grotere meeting groepen ontvangen die ook kunnen logeren.

Vakantieparken en jeugdlogies zijn speciale gevallen.

Vakantieparken hebben niet echt 'kamers' maar eerder eenheden waar meerdere personen kunnen overnachten in één of meerdere kamers maar ook kunnen verhuurd worden als een kamer voor één of meer personen op meeting. De twee vakantieparken aan de Kust bieden bijna 1 200 eenheden aan (22%), goed voor bijna 6 200 bedden (35%).

Jeugdlogies is gekenmerkt door grotere eenheden met meerdere bedden per eenheid. Daardoor nemen de jeugdlogies met meeting faciliteiten aan de Kust slechts een klein aandeel in qua eenheden en een iets groter aandeel in bedden (877 bedden of 5%).

Slechts 13 logies met meeting faciliteiten kunnen grotere residentiële groepen aan.

Het meeting logies aan de Kust heeft gemiddeld 69 kamers per uitbater.

13 logiesaanbieders bieden meer dan 100 kamers aan, waardoor zij grote residentiële meeting groepen kunnen ontvangen: 2 viersterren-, 3 driesterren- en 1 tweesterrenhotel, 5 vakantiecentra en de 2 vakantieparken. 20 logiesaanbieders hebben tussen 51 en 100 kamers. Het gaat om 12 hotels (8 viersterren- en 4 driesterrenhotels) en 8 vakantiecentra die middelgrote groepen kunnen ontvangen en laten logeren. 35 logiesuitbaters bieden 16 tot 50 kamers aan. Dit zijn voornamelijk hotels (12 viersterren-, 16 driesterren- en 1 tweesterrenhotel) en enkele jeugdlogies. Zij kunnen enkel kleinere residentiële groepen laten logeren. Uiteindelijk zijn er nog 11 logiesuitbaters met 15 kamers of minder en toch op deze markt werken.

Tabel 16

Aantal kamers in logiesuitbatingen met meeting faciliteiten per type logies, Kust, 2013

Aantal kamers/eenheden	Hotels	Vakantiecentra	Jeugdlogies	Vakantieparken	Totaal meeting logies
Tot 15	6	1	4	0	11
16 tot 50	29	1	5	0	35
51 tot 100	12	8	0	0	20
Meer dan 100	6	5	0	2	13
Totaal aantal	2 582	1 528	191	1 187	5 488
Aantal uitbatingen	53	15	9	2	79
Gemiddeld aantal kamers per uitbater	49	102	21	594	69

Meeting logies per kustgemeente

Oostende biedt de grootste kamercapaciteit in logies met meeting faciliteiten

Logiesuitbaters in *Oostende* bieden 26% van het aantal kamers aan van logies met meeting faciliteiten aan de Kust met een gemiddelde van 74 kamers en 178 bedden per logies.

Bij Koksijde (99), De Haan (89) en Nieuwpoort (80) ligt het gemiddeld aantal kamers/eenheden per logies hoger door de aanwezigheid van vakantieparken, vakantiecentra of jeugdlogies.

Logiesuitbaters met meeting faciliteiten in *Blankenberge* bieden gemiddeld 76 kamers en 199 bedden aan.

Zoals reeds vermeld heeft *Knokke-Heist* enkel hotels met meeting faciliteiten, waardoor het gemiddeld aantal kamers en bedden per logies in deze kustgemeente heel wat lager ligt dan de andere belangrijke kustgemeenten waar ook vakantiecentra en vakantieparken op hun grondgebied liggen.

De Panne heeft 133 kamers bij meeting logies, *Middelkerke* 88, *Zeebrugge* 60 kamers en *Bredene* geen.

Tabel 17

Aantal kamers en bedden bij meeting logies per kustgemeente, 2013

Kustgemeente	Aantal logies	Kamers			Bedden		
		Aantal kamers	Aandeel kamers/ eenheden in %	Gemiddeld aantal per uitbater	Aantal bedden	Aandeel bedden in %	Gemiddeld aantal per uitbater
Oostende	19	1 407	25,6	74	3 385	19,1	178
Koksijde	13	1 283	23,4	99	5 482	31,0	422
Blankenberge	10	763	13,9	76	1 989	11,2	199
De Haan	7	621	11,3	89	3 145	17,8	449
Knokke-Heist	14	574	10,5	41	1 255	7,1	90
Nieuwpoort	7	559	10,2	80	1 702	9,6	243
De Panne	4	133	2,4	33	313	1,8	78
Middelkerke	4	88	1,6	22	297	1,7	74
Zeebrugge	1	60	1,1	60	128	0,7	128
Bredene	0	0	0,0	0	0	0,0	0
Totaal	79	5 488	100,0	69	17 696	100,0	224

Veel logiesuitbatingen hebben minder kamers dan de personencapaciteit van hun grootste vergaderzaal

De verhouding van het aantal kamers ten opzichte van de capaciteit van de grootste vergaderzaal is een belangrijk criterium voor meeting planners.

Deze verhouding ligt idealiter op 100% of hoger. Dit betekent dat indien de grootste meeting zaal in zijn grootste opstelling gebruikt wordt (meestal theaterstijl), ook alle deelnemers kunnen slapen in een aparte kamer. Een aandeel van minder dan 100% betekent, dat bij een volle bezetting van de grootste vergaderzaal, er niet voor iedereen een eigen kamer beschikbaar is in het logies. Vakantieparken en jeugdlogies laten we hier buiten beschouwing omdat zij atypisch zijn. Vakantieparken bieden een groot aantal eenheden aan, waardoor ze zeker voldoende capaciteit hebben t.o.v. de grootste zaal. Jeugdlogies is gekenmerkt door weinig eenheden met meerdere bedden per eenheid, waardoor het bij deze logiesvorm niet gebruikelijk is om te overnachten met 1 persoon per kamer/eenheid.

Onderstaande tabel geeft het gemiddelde aandeel weer in aantal kamers ten opzichte van de capaciteit van de grootste vergaderzaal voor hotels en vakantiecentra.

Bij slechts 16 van de 53 hotels met meeting faciliteiten (30%) kan bij een volledige bezetting van de grootste vergaderzaal ook iedereen overnachten in een aparte kamer. 9 van deze hotels zijn viersterrenhotels, 6 driesterrenhotels en 1 tweesterrenhotel. De cijfers tonen ook aan dat een groter aandeel (41%) van de viersterrenhotels hierin slaagt.

Bij bijna de helft van de vakantiecentra (7 van de 15) is het mogelijk om alle deelnemers een aparte kamer toe te wijzen bij een volledige bezetting van de grootste vergaderzaal.

Andersom betekent dit dat in 37 meeting hotels en 8 vakantiecentra met meeting faciliteiten niet alle deelnemers in een aparte kamer kunnen overnachten bij een volledige bezetting van de grootste zaal.

Tabel 18

Gemiddeld aandeel aantal kamers t.o.v. capaciteit grootste vergaderzaal voor hotels en vakantiecentra, Kust, 2013

Type	Gemiddeld aandeel (in %)	Aantal logies met aandeel van 100 of meer	Aandeel logies met 100 of meer t.o.v. aanbod meeting logies (%)
Hotels	98,7	16	30,2
2* hotel	85,4	1	33,3
3* hotel	84,7	6	21,4
4* hotel	118,3	9	40,9
Vakantiecentra	98,0	7	46,7
Totaal	98,5	23	33,8

Uitrusting en dienstverlening in het meeting logies

Vaste uitrusting in vergaderzalen bij logies kan beter

Bijna alle vergaderzalen in logies (exclusief auditoria) beschikken over *verspreide stopcontacten, Wi-Fi, een afsluitbare deur en daglicht*. Ook *verduistergordijn(en)* zijn in de meeste zalen aanwezig (82%). De vergaderzalen bij hotels (en zeker deze in de viersterrenhotels) en bij vakantiecentra beschikken over het hoogste niveau van vaste uitrusting.

Volgende aandachtspunten konden worden evenwel gedetecteerd:

- *Highspeed Wi-Fi*, een belangrijk kwaliteitsaspect voor vergaderzalen, wordt maar in 22% van alle vergaderzalen bij logies aan de Kust aangeboden. Hotels scoren het best, maar ook daar zijn slechts 36% van de vergaderzalen bij viersterrenhotels uitgerust met *highspeed Wi-Fi*. De vakantieparken, vakantiecentra en jeugdlogies scoren hier nog slechter.
- Een *vaste geluidsinstallatie* is slechts in 34% van de vergaderzalen bij logies aanwezig, het minst in vakantiecentra en in jeugdlogies.
- *Airco* is aanwezig in 46% van de vergaderzalen in logies. Vakantiecentra en viersterrenhotels scoren op deze uitrusting iets beter.
- Een *geïntegreerd scherm met beamer* is in 70% van de vergaderzalen aanwezig, meestal in hotels en vakantiecentra.

Tabel 19

Vaste uitrusting in de vergaderzalen naar type meeting logies, in %, Kust, 2013

Vaste uitrusting in vergaderzalen	3* hotels	4* hotels	Vakantie-centra	Jeugd-logies	Vakantie-parken	Totaal logies
Verspreide stopcontacten	100,0	100,0	96,5	100,0	100,0	99,0
Wi-Fi	100,0	98,4	94,7	94,7	50,0	96,1
Afsluitbare deur	88,9	100,0	98,2	89,5	100,0	95,1
Daglicht	92,6	93,5	93,0	94,7	100,0	92,6
Verduistergordijn	81,5	91,9	87,7	52,6	83,3	82,3
Geïntegreerd scherm+beamer	74,1	77,4	71,9	47,4	33,3	70,0
Airco	38,9	58,1	59,6	0,0	16,7	45,8
Vaste geluidsinstallatie	40,7	37,1	26,3	15,8	66,7	34,0
Highspeed Wi-Fi	24,1	35,5	8,8	15,8	0,0	21,7
Aantal vergaderzalen (exclusief auditoria)	54	62	57	19	6	203

Verplaatsbare uitrusting voor vergaderzalen is middelmatig bij sommige logiestypes

Naast de vaste uitrusting aanwezig in de vergaderzalen, bieden de meeste logies (92%) aanvullend ook andere, verplaatsbare uitrusting aan voor meeting activiteiten die doorgaan in hun logies. Deze zijn steeds beschikbaar in het logies.

- De meeste logies beschikken over *eigen flipcharts/whiteboards, beamer(s) en projectie-scherm(en)* die niet vast in een zaal aangebracht zijn maar wel steeds kunnen worden ingezet.
- Een *verplaatsbaar podium, headset(s), laserpointer(s) en vertaalcabine(s)* zijn slechts beschikbaar in een klein deel van deze logiesuitbatingen.
- Viersterrenhotels bieden gemiddeld meer uitrusting aan dan driesterrenhotels

Tabel 20

Verplaatsbare uitrusting naar type meeting logies, in %, Kust 2013

Verplaatsbare uitrusting	3*hotels	4* hotels	Vakantie-centra	Jeugd-logies	Vakantie-parken	Totaal meeting logies
Flipchart(s)/whiteboard(s)	78,6	90,9	86,7	77,8	100,0	83,5
Beamers	60,7	86,4	100,0	44,4	100,0	74,7
Projectiescherm(en)	67,9	81,8	86,7	33,3	100,0	70,9
Geluidsinstallatie	39,3	36,4	80,0	22,2	50,0	44,3
Draadloze microfoons	32,1	40,9	73,3	22,2	50,0	41,8
Spreekgestoelte	25,0	40,9	66,7	33,3	0,0	38,0
Vaste microfoons	14,3	36,4	73,3	33,3	50,0	35,4
PC(s)	25,0	45,5	33,3	33,3	50,0	34,2
Videoapparatuur	10,7	18,2	46,7	44,4	0,0	24,1
Verplaatsbaar podium	17,9	9,1	40,0	11,1	0,0	19,0
Headset(s)	14,3	9,1	33,3	11,1	0,0	16,5
Laserpointer(s)	14,3	22,7	13,3	11,1	0,0	16,5
Vertaalcabine	10,7	4,5	13,3	11,1	0,0	10,1
Geen	10,7	4,5	0,0	11,1	0,0	7,6
Aantal uitbatingen	28	22	15	9	2	79

Parkeren is soms een probleem

Bijna alle logiesuitbatingen aan de Kust met meeting faciliteiten bieden naast de zalen ook andere elementen van comfort aan.

- 81% van deze logies beschikt over een *eigen parking*. Bij 15 uitbatingen van meeting-logies aan de Kust is het niet mogelijk te parkeren op een eigen parking. Het is ook belangrijk om te zien of er wel voldoende parkingplaatsen zijn (tabel 22).
- Meer dan drie op vier biedt ook een *afsluitbare ruimte aan voor bagage, zitmogelijkheden in de lobby en een aparte restaurantruimte*.
- Slechts weinig meeting logies aan de Kust biedt wellness faciliteiten (38%), een zwembad (30%) en wellness behandelingen aan (19%).

Van deze comfortuitrusting is vooral parkingplaatsen belangrijk. Wellness en zwembad zijn extra's die wel worden gewaardeerd.

Tabel 21

Algemeen comfort naar type meeting logies, in %, Kust, 2013

Algemeen comfort	3* hotels	4* hotels	Vakantie-centra	Jeugd-logies	Vakantie-parken	Totaal meeting logies
Eigen parking	75,0	86,4	86,7	88,9	100,0	81,0
Afsluitbare ruimte voor opslaan bagage	82,1	81,8	73,3	66,7	50,0	77,2
Aparte restaurantruimte	89,3	81,8	93,3	66,7	100,0	75,9
Zitmogelijkheden in lobby	97,9	72,7	73,3	44,4	0,0	75,9
Aparte barruimte	71,4	68,2	86,7	55,6	100,0	70,9
Vaste interne bewegwijzering	71,4	68,2	80,0	44,4	50,0	68,4
Toegankelijkheid voor personen met beperking	46,4	54,5	86,7	66,7	100,0	59,5
Vestiaire	78,6	59,1	33,3	22,2	50,0	57,0
Wellness faciliteiten	42,9	59,1	26,7	0,0	50,0	38,0
Zwembad	32,1	36,4	33,3	0,0	100,0	30,4
Wellness behandelingen	25,0	27,3	6,7	0,0	50,0	19,0
Geen enkele van deze	0,0	4,5	0,0	0,0	0,0	1,3
Aantal uitbatingen	28	22	15	9	2	79

Als er een eigen parking is, biedt een hotel gemiddeld plaats voor 35 wagens, een vakantie-centrum voor 91 wagens, jeugdlogies voor 24 wagens en een vakantiepark voor 1 150 wagens.

Vooraf in hotels is de parkeerfaciliteit vaak niet aangepast aan de capaciteit in zalen en moeten deelnemers aan meetings die met de eigen wagen komen vaak ergens anders een parkeerplaats zoeken. Een 4* hotel beschikt gemiddeld gezien over iets meer parkeerplaatsen dan een 3* meeting hotel (38 ten opzichte van 31).

Tabel 22

Aantal parkeerplaatsen, per type meeting logies, Kust, 2013

Aantal parkeerplaatsen	3* hotels	4* hotels	Vakantie-centra	Jeugdlogies	Vakantie-parken	Totaal meeting logies
10 of minder	6	2	0	0	0	8
11 tot 20	5	6	1	4	0	16
21 tot 30	1	5	1	3	0	10
31 tot 40	6	1	1	1	0	9
41 tot 50	3	2	5	0	0	10
51 tot 100	0	2	1	0	0	3
101 tot 200	1	1	2	0	0	4
201 tot 300	0	0	2	0	0	2
Meer dan 300	0	0	0	0	2	2
Aantal uitbatingen	22	19	13	8	2	64
Gemiddeld aantal parkeerplaatsen	31	38	91	24	1 150	79
Totaal aantal parkeerplaatsen	688	727	1 179	192	2 300	5 086

4* hotels bieden de beste dienstverlening aan voor meeting klanten

Naast de fysieke uitrusting appreciëren meeting organisatoren ook specifieke diensten gericht op hun behoeften. De volgende tabel schetst een beeld wat de logiesuitbaters aan de Kust aanbieden op vlak van dienstverlening.

Op volgende diensten scoren de logiesuitbaters aan de Kust goed:

- mogelijkheid tot *koffiepauzes*
- *een eigen keuken* om maaltijden aan te bieden
- *een eigen contactpersoon* binnen het logies voor meeting klanten.

Op andere aspecten kan het duidelijk beter.

- Slechts 62% van de uitbaters van meeting logies zet specifieke *meeting informatie op hun website*. Dit ligt het hoogst bij hotels (71% en 73% voor 3* en 4* hotels) maar lager bij vakantiecentra (60%) en vakantieparken (50%) en nog veel lager bij jeugdlogies (11%). Als men als logiesuitbater actief wil zijn op de meeting markt is het nochtans onontbeerlijk om voldoende informatie online te verstrekken over de uitrusting en de dienstverlening specifiek gericht op meeting klanten.
- Enkel de helft van de 3* hotels en vakantieparken met vergaderinfrastructuur biedt een *vergaderarrangement* aan. De 4* hotels doen dit opmerkelijk meer (86%). In vakantiecentra en jeugdlogies worden heel zelden vergaderarrangementen aangeboden. Vergaderarrangementen maken het nochtans gemakkelijker voor meeting planners om te kiezen voor een specifieke logiesuitbater.
- Slechts één derde van de logiesuitbaters met vergaderinfrastructuur heeft *personeel dat groepsactiviteiten kan organiseren*. Gezien dit een specifieke troef is voor de Kust is dit een element dat bepaalde meeting planners kan overhalen. 4* hotels, vakantiecentra en vakantieparken hebben daar een comparatief voordeel.

Tabel 23

Dienstverlening naar type meeting logies, in %, Kust, 2013

Dienstverlening	3* hotels	4* hotels	Vakantie- centra	Jeugd- logies	Vakantie- parken	Totaal meeting logies
Aanbieden koffiepauzes	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Eigen keuken	82,1	81,8	80,0	77,8	100,0	82,3
Contactpersoon ter beschikking	75,0	90,9	86,7	55,6	50,0	77,2
Meeting info op website	71,4	72,7	60,0	11,1	50,0	62,0
Aanbieden vergader- arrangementen	50,0	86,4	26,7	11,1	50,0	51,9
Personeel voor groepsactiviteiten	21,4	45,5	46,7	22,2	50,0	32,9
Externe cateraar vrij te kiezen	25,0	13,6	13,3	33,3	0,0	19,0
Catering met vaste traiteur	25,0	9,1	0,0	0,0	50,0	12,7
Andere dienstverlening	7,1	18,2	13,3	0,0	0,0	10,1
Aantal uitbatingen	28	22	15	9	2	79

Meer inspanningen noodzakelijk rond duurzaam milieubeheer in meeting logies

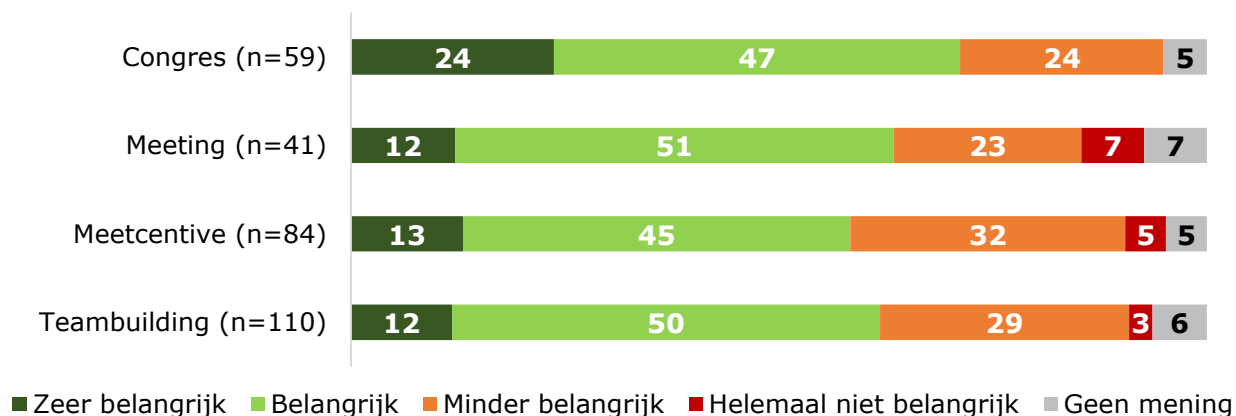
Bij de meeting planners is een duurzaam beheer binnen het logies meer en meer belangrijk in hun keuze voor een locatie.

Bij de organisaties die *congressen* organiseren is dit het duidelijkst: 71% vindt dit belangrijk tot zeer belangrijk met 24% zeer belangrijk.

Bij *meetings*, *meetcentives* en *teambuilding* is het aandeel dat milieuvriendelijk beheer belangrijk vindt wat kleiner maar niet te verwaarlozen: van 58% tot 62%.

Grafiek 5

Belang milieuvriendelijk beheer bij meeting planners met meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Onderstaande tabel toont aan dat op dit aspect nog heel wat verbetering mogelijk is bij het meeting logies aan de Kust. 22% van het meeting logies doet op *geen enkele manier een inspanning* in functie van een duurzaam milieubeheer. Dit is vooral het geval bij hotels en vakantiecentra.

Indien men wel actief werkt op vlak van milieubeheer, is dit voornamelijk op de domeinen van:

- afvalbeheersing (62%)
- energiebesparende maatregelen (54%)
- milieuvriendelijke aanpak van de schoonmaak (49%)
- waterbesparende maatregelen (47%).

Tabel 24

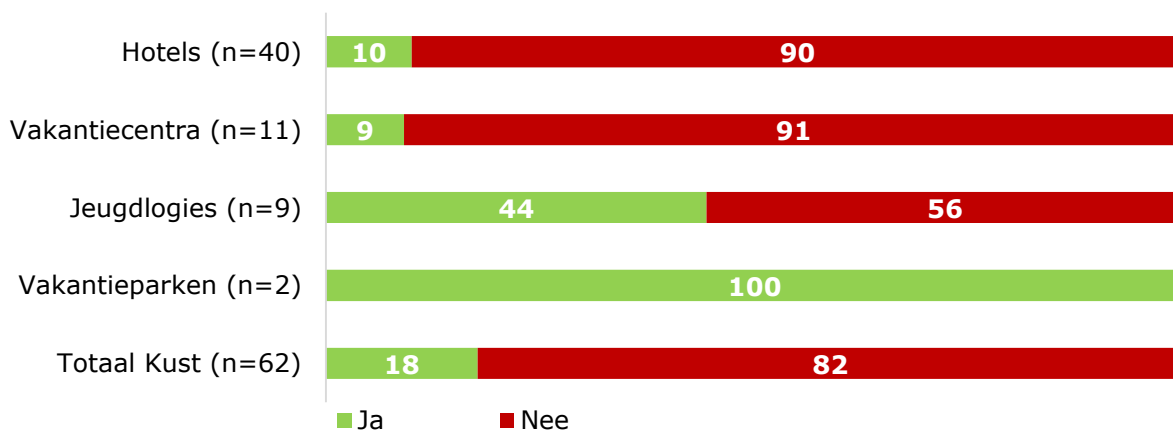
Inspanningen voor milieubeheer naar type meeting logies, in %, Kust, 2013

Milieubeheer	3* hotels	4*hotels	Vakantie- centra	Jeugd- logies	Vakantie- parken	Totaal meeting logies
Afvalbeheersing	67,9	54,5	60,0	77,8	50,0	62,0
Energiebesparende maatregelen	64,3	45,5	53,3	55,6	50,0	54,4
Milieuvriendelijke aanpak van schoonmaak	53,6	50,0	46,7	44,4	100,0	49,4
Waterbesparende maatregelen	64,3	31,8	46,7	44,4	50,0	46,8
Gebruik van groene energiebronnen	25,0	27,3	26,7	44,4	50,0	29,1
Informatie en opleiding van medewerkers	35,7	9,1	33,3	44,4	50,0	27,8
Andere acties	7,1	4,5	0,0	33,3	0,0	7,6
Niet actief op vlak van milieubeheer	21,4	22,7	26,7	0,0	0,0	21,5
Aantal uitbatingen	28	22	15	9	2	79

Slechts 11 (18%) van de 61 meeting logies die actief zijn op vlak van milieubeheer communiceert dit ook naar hun meeting klanten.

Grafiek 6

Communicatie over inspanningen voor milieubeheer in meeting logies, in % naar type



4.3 Uitrusting en dienstverlening bij meeting venues

De vaste uitrusting in de vergaderzalen is het best in de congrescentra

De 126 zalen in meeting venues bestaan uit 30 auditoria (21 in congrescentra en 9 in special venues) en 96 vergaderzalen. Enkel voor de vergaderzalen werd navraag gedaan naar de vaste uitrusting.

Bijna alle vergaderzalen in meeting venues aan de Kust beschikken over een afsluitbare deur, verspreide stopcontacten over de zaal en daglicht.

Wi-Fi is aanwezig in 8 van de 10 zalen, en highspeed Wi-Fi in de helft van de zalen (zelfs in 60% van de zalen in congrescentra). De aanwezigheid van highspeed Wi-Fi ligt wel duidelijk hoger dan bij de zalen in meeting logies.

Globaal gezien zijn de vergaderzalen in het meeting logies iets beter uitgerust dan de vergaderzalen in de meeting venues aan de Kust.

Tabel 25

Vaste uitrusting in de vergaderzalen naar type venue, in %, Kust, 2013

Vaste uitrusting in zalen	Congrescentra	Special venues	Totaal meeting venues
Afsluitbare deur	93,0	84,6	89,6
Verspreide stopcontacten	87,7	89,7	88,5
Daglicht	82,5	94,9	87,5
Wi-Fi	82,5	79,5	81,3
Verduisterscherm of gordijn	66,7	66,7	66,7
Airco	56,1	43,6	51,0
Highspeed Wi-Fi	59,6	35,9	50,0
Geïntegreerd scherm + beamer	49,1	33,3	42,7
Vaste geluidsinstallatie	36,8	33,3	35,4
Aantal zalen	57	39	96

Congrescentra beschikken over meer verplaatsbare uitrusting

Naast de uitrusting in de vergaderzalen, beschikken de meeting venues ook over verplaatsbare uitrusting die ingezet kan worden in hun vergaderzalen. Zo hebben de meeste meeting venues een beamer ter beschikking (85%), flipcharts en projectieschermen (74%).

Globaal gezien beschikken de meeting venues over meer verplaatsbare uitrusting dan het meeting logies.

Tabel 26

Verplaatsbare uitrusting naar type venue, in %, Kust, 2013

Verplaatsbare uitrusting	Congrescentra	Special venues	Totaal meeting venues
Beamers	93,3	78,9	85,3
Flipchart(s)/whiteboard(s)	80,0	68,4	73,5
Projectiescherm(en)	80,0	68,4	73,5
Draadloze microfoons	93,3	47,4	67,6
Spreekgestoelte	93,3	42,1	64,7
Geluidsinstallatie	80,0	47,4	61,8
Vaste microfoons	93,3	31,6	58,8
Verplaatsbaar podium	60,0	31,6	44,1
Headset(s)	80,0	5,3	38,2
PC(s)	40,0	36,8	38,2
Lichtinstallatie	53,3	15,8	32,4
Laserpointer(s)	46,7	10,5	26,5
Videoapparatuur	33,3	21,1	26,5
Vertaalcabine	20,0	5,3	11,8
Andere technische uitrusting	6,7	0,0	2,9
Geen	0,0	5,3	2,9
Aantal uitbatingen	15	19	34

De dienstverlening voor meeting klanten is iets minder uitgebreid in special venues dan in meeting logies

Meeting venues staan minder zelf in voor het aanbieden van koffiepauzes in vergelijking met meeting logies. Ze zorgen daarentegen meer voor het inschakelen van cateraars.

Weinig venues (38%) bieden specifieke meeting informatie aan op hun website. Dit is nochtans belangrijk voor meeting planners om zo de mogelijkheden op een makkelijke manier te ontdekken.

38% van de meeting venues beschikt over een eigen parking. Concreet bieden slechts 5 congrescentra en 8 special venues parking aan. Een congrescentrum met parking heeft gemiddeld plaats voor 128 wagens, een special venue met parking bezit gemiddeld 405 parkeerplaatsen.

Tabel 27

Dienstverlening naar type venue, in %, Kust, 2013

Dienstverlening	Congres- centra	Special venues	Totaal meeting venues
Aanbieden koffiepauzes	60,0	73,7	67,6
Catering met vaste traiteur	60,0	47,4	52,9
Externe cateraar vrij te kiezen	66,7	31,6	47,1
Eigen parking	33,3	42,1	38,2
Contactpersoon te beschikking van organisator en deelnemers	26,7	47,4	38,2
Meetinginfo op website	40,0	36,8	38,2
Eigen keuken	26,7	36,8	32,4
Andere dienstverlening	13,3	26,3	20,6
Aanbieden specifieke vergaderarrangementen	13,3	26,3	20,6
Geen enkel	6,7	15,8	11,8
Aantal uitbatingen	15	19	34

Meeting venues zijn iets meer actief op het vlak van milieubeheer dan de meeting logies

Venues werken vooral op de domeinen van afvalbeheersing en energiebesparende maatregelen. Slechts 1 special venue die actief is op vlak van milieubeheer communiceert dit ook naar zijn meeting klanten. Venues kunnen hier dus best meer over communiceren naar hun meeting klanten toe gezien het belang dat zij hechten aan dit aspect (zie grafiek 5 hiervoor).

Tabel 28

Inspanningen voor milieubeheer naar type venue, in %, Kust, 2013

Milieubeheer	Congres- centra	Special venues	Totaal meeting venues
Afvalbeheersing	46,7	63,2	55,9
Energiebesparende maatregelen	60,0	52,6	55,9
Waterbesparende maatregelen	46,7	47,4	47,1
Milieuvriendelijke aanpak van schoonmaak	66,7	21,1	41,2
Gebruik van groene energiebronnen	20,0	31,6	26,5
Informatie en opleiding van medewerkers	13,3	21,1	17,6
Andere acties	6,7	5,3	5,9
Niet actief op vlak van milieubeheer	13,3	21,1	17,6
Aantal uitbatingen	15	19	34

4.4 Dienstverleners

Aan de Kust zijn diverse dienstverleners actief die zich specifiek op de markt van teambuilding en incentives richten en niet altijd een vaste locatie hebben. Deze aanbieders zijn moeilijker correct in kaart te brengen dan de meeting locaties.

Zo zijn er aan de Kust 20 *strandclubs* waar bedrijven terecht kunnen voor een teambuilding of incentive activiteit. Sommige van deze strandclubs zijn zelf actief op deze markt, terwijl andere door teambuildingorganisatoren worden gebruikt en zelf niet actief zijn op deze markt.

Daarnaast zijn er verschillende organisatoren die als belangrijk deel van hun activiteiten teambuildings aan de Kust organiseren. Dit kan in een strandclub zijn, op zee, in een meeting venue of ergens in de open ruimte van een kustgemeente. Sommige organisatoren richten zich exclusief op de Kust, terwijl anderen ook op andere locaties organiseren. Deze organisatoren zijn niet steeds aan de Kust zelf gevestigd.

In West-Vlaanderen zijn er 5 belangrijke organisatoren voor teambuilding activiteiten aan de Kust: The Outsider Coast, Event Mosaic, Xtreme Events, Nuquest en Flanders Eventmaker.

Naast pure teambuilding activiteiten, bieden deze dienstverleners ook in beperkte mate meetcentives aan. Net zoals bij de meeting locaties zijn er ook dienstverleners die actief werken op het vlak van milieuvriendelijk beheer. The Outsider Coast heeft onder andere een duurzaamheidsverslag, een Groene Sleutel en behaalden ook diverse malen een certificaat voor Duurzaam Ondernemen. Event Mosaic biedt ook co-neutrale activiteiten aan zoals ecobuilding aan Zee.

5 RAMING VAN DE VRAAG 2013

5.1 Volume van meeting activiteiten in logies

De inschatting van de vraag in het meeting logies gebeurt op basis van gegevens uit een steekproef van meeting logies.

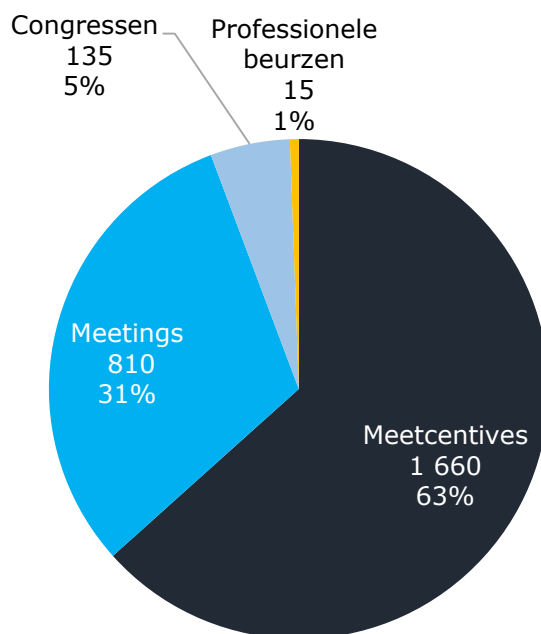
De steekproef bestaat uit *21 deelnemers aan de meeting barometer* die maandelijks het aantal meeting activiteiten die in hun logies in 2013 plaatsvonden doorgaven aan het Kenniscentrum van Westtoer.

De steekproef werd uitgebreid met gegevens over het aantal meetings in 2013 bij *14 andere uitbaters van meeting logies* die hierover mondeling werden bevraagd. Op basis van deze *35 aanbieders* werden verschillende correlaties berekend om te bepalen welke variabele van het aanbod in het meeting logies de grootste correlatie vertoont met het aantal meetings. Uit deze berekening blijkt dat het totaal aantal zalen (vergaderzalen en polyvalente ruimtes) de grootste correlatie vertoont met het aantal effectieve meetings in het logies (factor van 0,7798). Op basis van deze correlatiefactor schatten we de totale vraag in bij de andere uitbatingen voor meeting logies waarvan we geen accurate gegevens konden verzamelen.

Het aantal meeting activiteiten in logies aan de Kust voor 2013 kan geraamd worden op **2 620 activiteiten**.

Grafiek 7

Volume van meeting activiteiten in meeting logies naar type activiteit, Kust, 2013

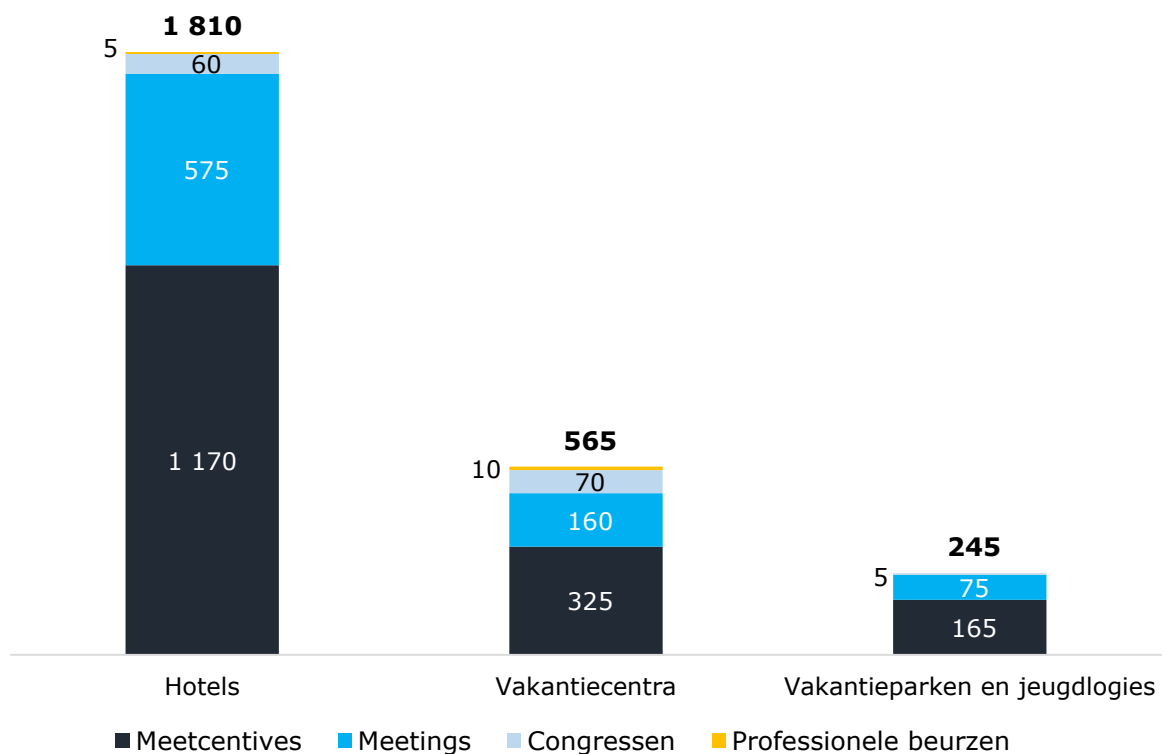


De meeting activiteiten in logies vinden plaats:

- voor twee derde (69%) in hotels (1 170 meetcentives, 575 meetings, 60 congressen en 5 professionele beurzen)
- voor 22 % in vakantiecentra (325 meetcentives, 160 meetings, 70 congressen en 10 professionele beurzen)
- voor 9% in jeugdlogies en vakantieparken: het gaat hier bijna altijd om meetcentives en meetings.

Grafiek 8

Volume van meeting activiteiten in logies naar type activiteit, Kust, 2013



5.2 Volume van meeting activiteiten in meeting venues

De vraag in meeting venues voor 2013 is gebaseerd op het aantal meeting activiteiten dat werd doorgegeven door de venues. In totaal kunnen de meeting activiteiten die in venues doorgaan geraamd worden op net iets meer dan **1 000 meeting activiteiten** met volgende onderverdeling naar type activiteit:

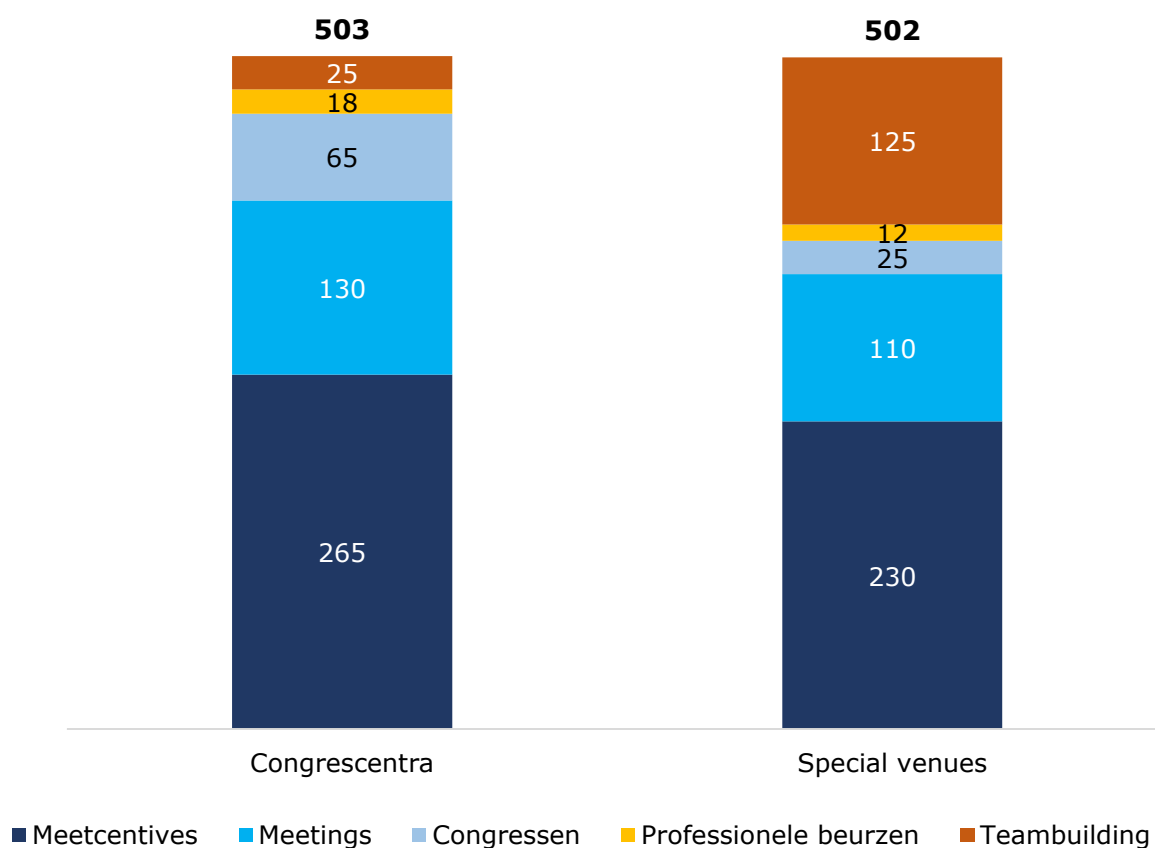
- 490 meetcentives
- 240 meetings
- 150 teambuilding activiteiten
- 90 congressen
- 30 professionele beurzen.

In de *congrescentra* vinden in totaal 503 meeting activiteiten plaats: 265 meetcentives, 130 meetings, 65 congressen, 25 teambuilding activiteiten en een beperkt aantal (18) professionele beurzen.

De *special venues* waren gastheer voor 502 meeting activiteiten: 230 meetcentives, 110 meetings, 125 teambuilding activiteiten, 25 congressen en 12 professionele beurzen. Special venues lenen zich dus ook goed voor teambuilding activiteiten.

Grafiek 9

Volume meeting activiteiten in venues naar type activiteit, Kust, 2013



5.3 Volume van meeting activiteiten bij dienstverleners voor teambuildings

Op basis van de gegevens in de meeting monitor en mondelinge contacten met organisatoren van teambuilding activiteiten werd de vraag bij deze dienstverleners ingeschat op **1 000 teambuilding activiteiten**.

5.4 Totale volume van meeting activiteiten aan de Kust

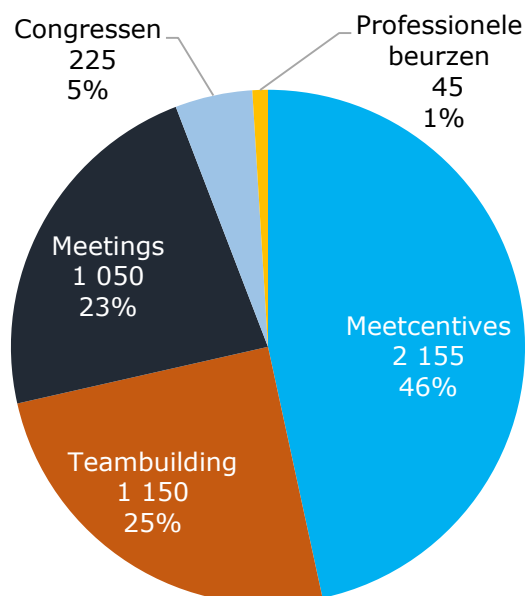
Voor 2013 wordt het aantal meeting activiteiten aan de Kust geraamd op **4 625**.

Naar type activiteit

- Bijna de helft van de activiteiten waren *meetcentives* (46%).
- *Teambuildings* zijn goed voor 25% van de activiteiten, gevolgd door *meetings* (23%).
- *Congressen* en vooral *professionele beurzen* vinden minder frequent plaats aan de Kust (respectievelijk 5% en 1%).

Grafiek 10

Aantal meeting activiteiten per type activiteit, Kust, 2013



Door het geringe aantal professionele beurzen dat plaatsvindt aan de Kust konden niet voldoende enquêtes van beursplanners worden verzameld waardoor geen betrouwbare uitspraken konden gemaakt worden over hun gedragingen en bestedingen.

Naar kustgemeente

- *Congressen* (en professionele beurzen) aan de Kust worden voornamelijk georganiseerd in Oostende, Blankenberge en Knokke-Heist, drie kustgemeenten met voldoende grote infrastructuur.
- *Meetings en meetcentives* komen verspreid voor in alle kustgemeenten
- *Teambuilding activiteiten* die minder verbonden zijn aan meeting locaties, worden eveneens verspreid georganiseerd over de Kust.

Oostende

Oostende, dat koploper was in aantal zalen (34%) heeft ook het meest (1 525) meeting activiteiten. Daarmee haalt Oostende één derde (33%) van het aantal meeting activiteiten die doorgaan aan de Kust binnen. Het grootste deel daarvan (780 of 51%) zijn meetcentives. Daarnaast vinden er ook 380 meetings plaats (25%). 260 teambuilding activiteiten zijn goed voor 17% van de activiteiten. Oostende kon ook 83 congressen (5%) binnenhalen en 22 professionele beurzen (1%).

Knokke-Heist

Knokke-Heist, dat slechts 13% vertegenwoordigt van de meeting zalen, is de tweede belangrijkste meeting bestemming met een inschatting van 830 meeting activiteiten, goed voor 18% van het aantal activiteiten aan de Kust. Dit heeft Knokke-Heist vooral te danken aan *een groot aantal teambuilding activiteiten*. In Knokke-Heist vinden naast 370 meetcentives (45%) ook 245 teambuilding activiteiten (30%) plaats, bijna evenveel als in Oostende waar de meeste teambuildings plaats vinden. Knokke-Heist was in 2013 ook gastheer voor 180 meetings (22%), 32 congressen (4%) en voor 3 professionele beurzen.

Blankenberge

Blankenberge was met 13% van de meeting zalen van de Kust, goed voor 554 meeting activiteiten of 12% van de activiteiten aan de Kust. In Blankenberge werden 290 meetcentives, 145 meetings, 55 congressen en 9 professionele beurzen georganiseerd. Het aantal teambuilding activiteiten beperkte zich echter tot 55 .

Koksijde

In Koksijde, met 14% van de meeting zalen van de Kust, vonden 503 meeting activiteiten plaats of 11% van deze aan de Kust. Koksijde kon 265 meetcentives, 125 meetings, 15 congressen en 3 professionele beurzen binnenhalen, iets minder dan Blankenberge. In vergelijking met Blankenberge scoorde Koksijde wel *beter op teambuildings met 95 teambuildings*.

Nieuwpoort

In Nieuwpoort, met 10% van de meeting zalen, werden 360 meeting activiteiten of 8% van de activiteiten aan de Kust georganiseerd waarvan 130 meetcentives, 65 meetings en 20 congressen. Nieuwpoort scoort *goed op teambuildings met 145 teambuilding activiteiten*.

De Panne

De Panne, dat slechts 4% heeft van de meeting zalen van de Kust, had 275 meeting activiteiten of 6% van de activiteiten aan de Kust voornamelijk door het grote *aantal teambuilding activiteiten* (150) en meetcentives (75).

De Haan

De Haan, met 6% van de meeting zalen aan de Kust, haalde 200 meeting activiteiten of slechts 4% van de activiteiten aan de Kust binnen. In De Haan gaat het hoofdzakelijk om meetcentives (120) en meetings (55) en slechts beperkt om teambuilding activiteiten (20).

Middelkerke

Middelkerke, dat slechts 3% heeft van de zalencapaciteit aan de Kust, had 192 meeting activiteiten in 2013 of 4% van het aantal activiteiten aan de Kust. In Middelkerke gaat het naast meetcentives (70) en meetings (35) ook over een groot aantal teambuilding activiteiten (85).

Bredene

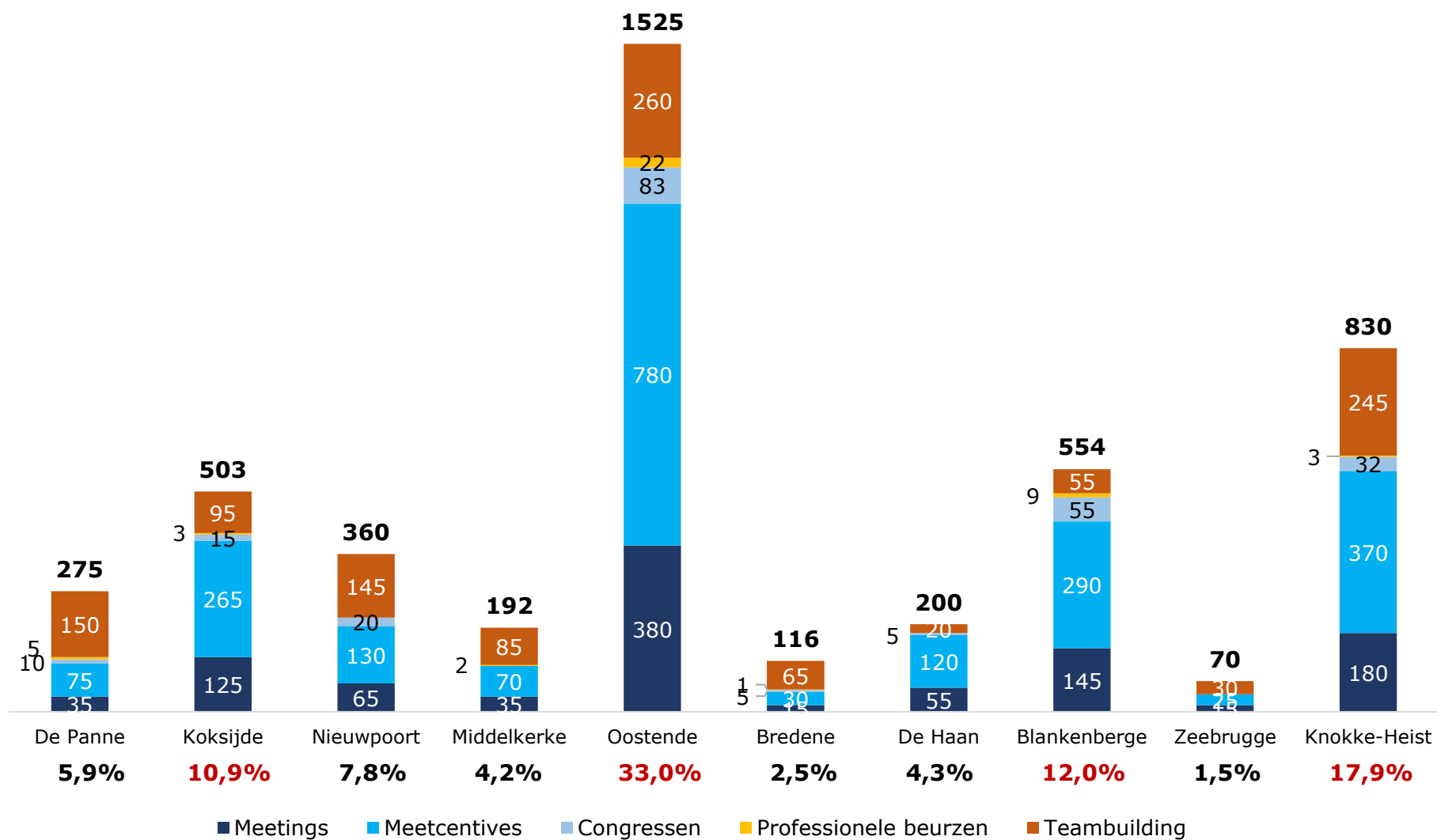
Bredene met 1,3 % van de zalen aan de Kust, had 116 meeting activiteiten of 2,5% van de activiteiten aan de Kust: 65 teambuildings, 45 meetings en enkele congressen.

Zeebrugge

Zeebrugge heeft slechts 0,9% van de zalen aan de Kust en een inschatting van 70 meeting activiteiten in 2013 of 1,5% van de activiteiten aan de Kust: 15 meetings, 25 meetcentives en 30 teambuildings.

Grafiek 11

Volume van meeting activiteiten naar type activiteit, per kustgemeente, 2013



Spreiding over het jaar

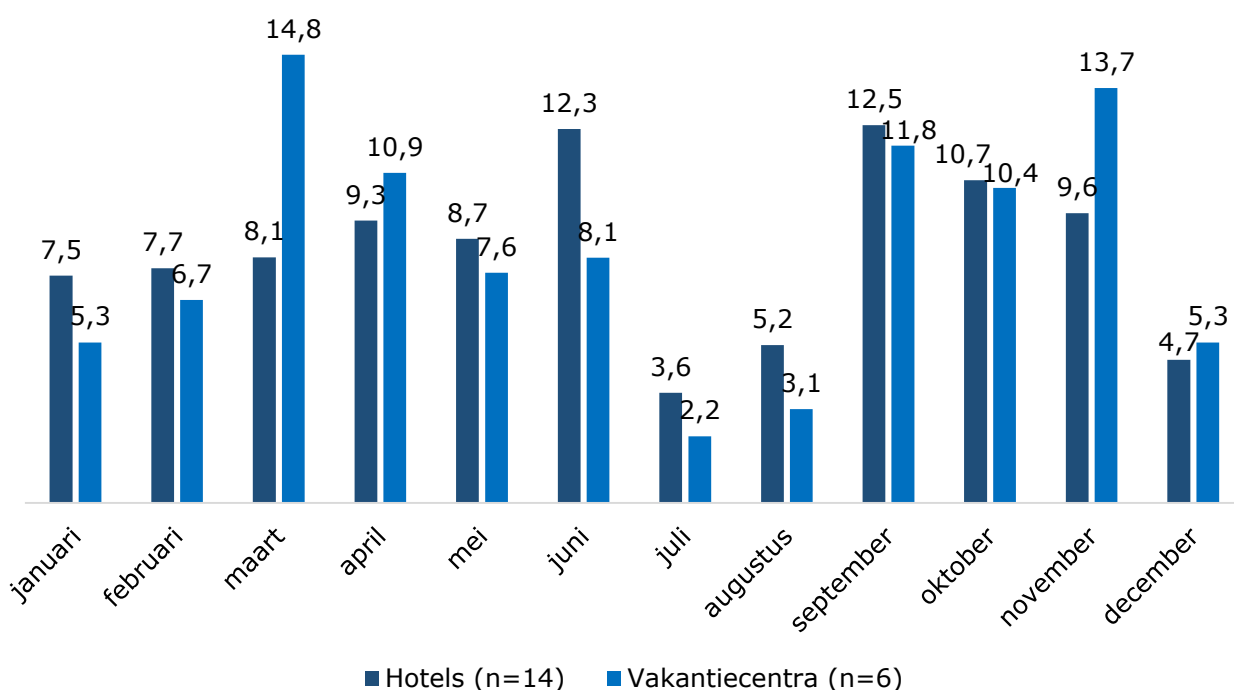
Uit de bestaande meeting barometer bij meeting logies kan een indicatie van de spreiding van de meeting activiteiten in logies over het jaar worden afgeleid. Onderstaande grafiek geeft de spreiding op maandbasis weer voor 2013 op basis van gegevens van 20 meeting logies aan de Kust (14 hotels en 6 vakantiecentra).

Deze 20 meeting logies hadden samen 1 183 meeting activiteiten in 2013 (45% van de geraamde 2 620 meeting activiteiten in logies aan de Kust).

De meeting activiteiten in logies vinden plaats buiten de zomermaanden met enige differentiatie in pieken naargelang het type logies. Vakantiecentra hebben hogere pieken in november en maart. De grafiek toont de complementariteit van het meeting toerisme ten opzichte van het leisure toerisme.

Grafiek 12

Spreiding meeting activiteiten bij meeting logies over het jaar, in %, Kust, 2013



Teambuilding activiteiten vinden ook plaats buiten de zomermaanden, maar zijn sterker dan de andere meeting activiteiten geconcentreerd in het voor- en najaar. Voor een buitenactiviteit aan de Kust komt men het liefst wanneer de kans op een zonnige en niet te koude dag het grootst is.

6 KENMERKEN VAN DE MEETING MARKT

6.1 Profiel van organisatoren met meetings aan de Kust

Type sector

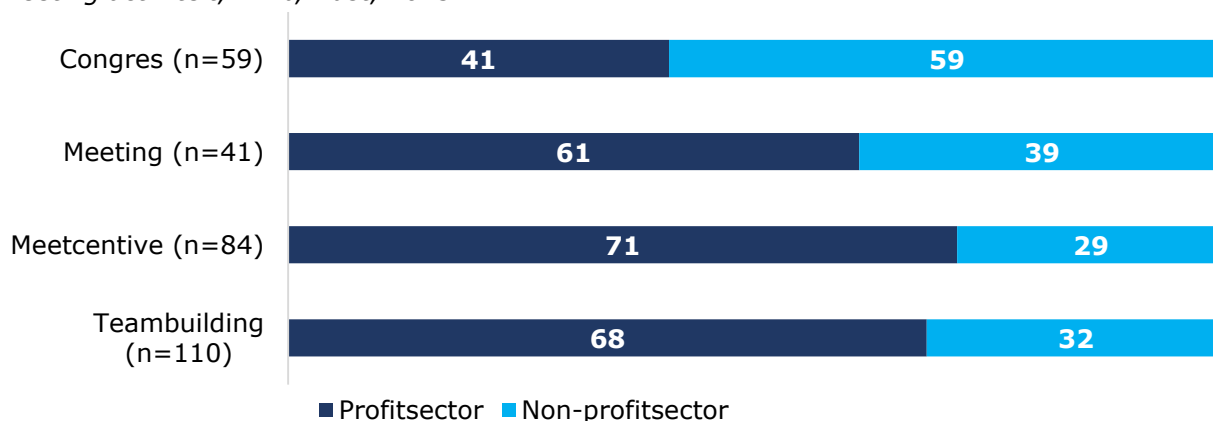
Verhouding profit/non profit is afhankelijk van type meeting activiteit

Congressen aan de Kust worden meer georganiseerd door organisatoren uit de non profit sector (59%).

Initiatiefnemers van meetings, meetcentives en teambuildings komen daarentegen voor een veel groter deel uit de profit sector. Meetcentives zijn zelfs voor 71% georganiseerd door de profit sector, teambuildings voor 68% en meetings voor 61%.

Grafiek 13

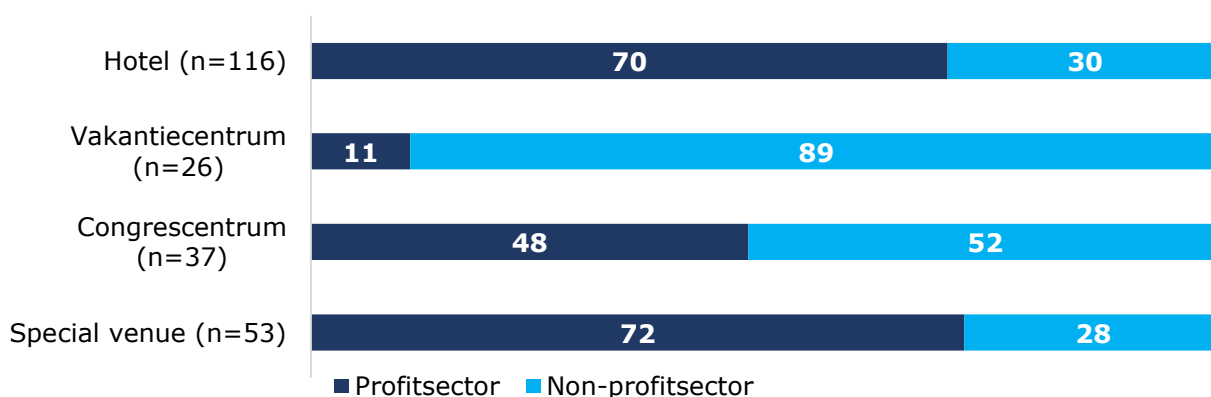
Aandeel van profit en non profit bij bedrijven/verenigingen met activiteit aan de Kust naar type meeting activiteit, in %, Kust, 2013



Vakantiecentra halen een groot aandeel (89%) van hun meeting klanten uit de non profit sector. Congresscentra trekken iets meer planners aan uit de non profit sector (52%), terwijl hotels en special venues voornamelijk bedrijven uit de profit sector aantrekken (70% en 72%).

Grafiek 14

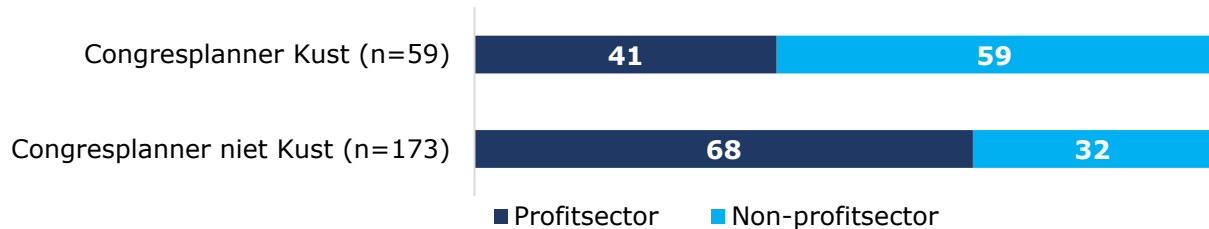
Aandeel van profit en non profit bij bedrijven/verenigingen met meeting activiteit aan de Kust naar type locatie, in %, Kust, 2013



Het aandeel van de non profit sector bij congressen aan de Kust is veel hoger dan bij congressen die elders doorgaan (59% tegenover 32%). Dit heeft te maken met de aanwezigheid van enkele grotere vakantiecentra aan de Kust die vooral op de non profit sector werken.

Grafiek 15

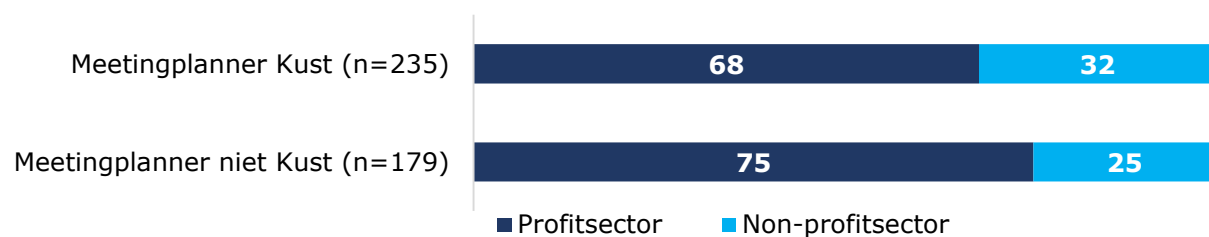
Aandeel van profit en non profit bij bedrijven/verenigingen die een congres georganiseerd hebben naar locatie van het congres, in %, 2013



Bij de planners van meetings, meetcentives en teambuildings zijn de verschillen minder groot. Deze meeting activiteiten worden zowel aan de Kust als buiten de Kust het meest georganiseerd door organisaties uit de profit sector (respectievelijk 68% en 75%).

Grafiek 16

Aandeel van profit en non profit bij bedrijven/verenigingen die een meeting, meetcentive of teambuilding georganiseerd hebben naar locatie van de activiteit, in %, 2013



Per type meeting activiteit zijn verschillende sectoren meer of minder vertegenwoordigd

Bij *de congressen* aan de Kust zijn verenigingen, koepelorganisaties en vakbonden, maar ook de overheidsdiensten en politieke partijen sterk vertegenwoordigd.

Bij *meetings* komen de organisatoren het meest uit de overheidsdiensten en politieke partijen maar ook uit verenigingen, koepelorganisaties en vakbonden, gevolgd door bank- en verzekering en door een waaier aan andere diverse privé sectoren.

Bij *meetcentives*, waar een beloningsaspect aan vast hangt, zijn onderwijs, telecom, informatica en het bank- en verzekeringswezen relatief sterker aanwezig naast andere minder voorkomende sectoren.

Teambuildings aan de Kust zijn populair bij overheidsdiensten en politieke partijen en verder bij een heel grote diversiteit van privé organisaties.

Tabel 29

Sector van de bedrijven/verenigingen met meeting activiteiten aan de Kust naar type, activiteit, in %, Kust, 2013

Sector	Congres	Meeting	Meet- centive	Team- building
PROFIT	40,7	61,0	71,4	68,2
Telecom en informatica	8,4	4,9	9,4	7,4
Bank- en verzekeringen	5,1	9,9	9,4	6,5
Consulting	5,1	0,0	8,3	4,5
Zware industrie (metaal, staal,...)	3,4	4,9	6,0	5,5
Chemie	3,4	4,9	6,0	2,7
Farmaceutische en medische sector	5,1	0,0	6,0	3,6
Voeding	1,7	2,4	6,0	3,6
Bouw	1,7	7,3	2,4	3,6
Energie	0,0	7,3	3,6	1,8
Media	0,0	7,3	0,0	3,6
Automobiel	0,0	0,0	2,4	3,6
Toerisme, recreatie	0,0	2,4	0,0	4,5
Distributie, transport, logistiek	1,7	4,9	0,0	2,7
Kleinhandel	0,0	2,4	3,6	1,8
Sport	0,0	0,0	1,2	3,6
Andere uit de profitsector	5,1	2,4	7,1	9,2
NON-PROFIT	59,3	39,0	28,6	31,8
Verenigingen/koepelorganisaties/vakbonden	23,7	14,6	6,0	4,5
Overheidsdiensten/politieke partijen	16,9	17,2	2,3	10,0
Onderwijs	8,5	2,4	13,1	4,5
Gezondheidszorg	6,8	2,4	3,6	5,5
Europese instellingen	0,0	0,0	0,0	1,8
Andere uit de non-profit sector	3,4	2,4	3,6	5,5
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	59	41	84	110

Herkomst van organisatoren met meetings aan de Kust

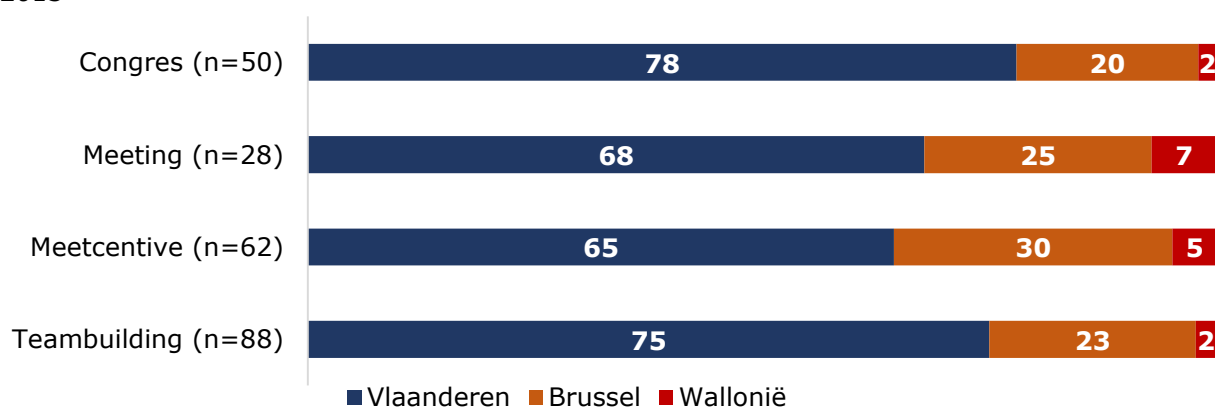
De meeste organisatoren met meeting activiteit aan de Kust zijn gevestigd in Vlaanderen, maar ook het Gewest Brussel is belangrijk

Weinig Waalse organisaties komen naar de Kust voor een meeting activiteit. Het Brussels Gewest is sterk aanwezig met 20 tot 30% naargelang het type meeting activiteit.

Het aandeel van de organisatoren uit Vlaanderen ligt het hoogst bij congressen en teambuildings met respectievelijk 78% en 75%. Bij meetcentives ligt het aandeel van het Brussels Gewest het hoogst op 30%.

Grafiek 17

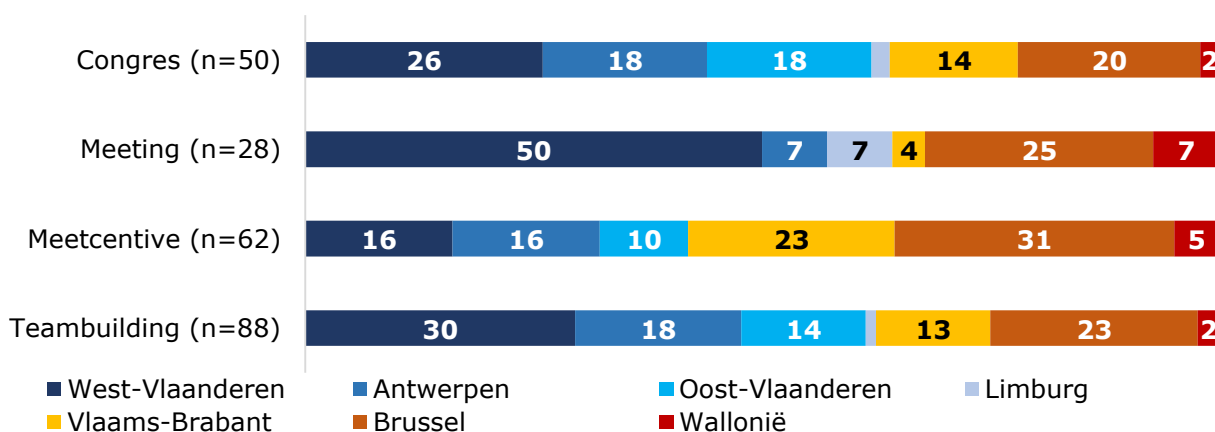
Herkomst organisatoren met meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Vlaamse organisatoren met meeting activiteit aan de Kust komen vooral uit de westelijke kant van Vlaanderen

Grafiek 18

Herkomst organisatoren met meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



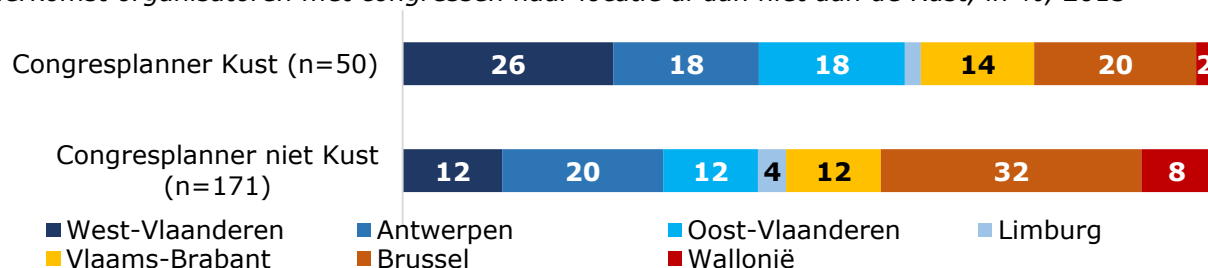
De Vlaamse bedrijven/verenigingen zijn vooral gevestigd in de provincies West-Vlaanderen, Antwerpen, Vlaams Brabant en Oost-Vlaanderen. Het aandeel bedrijven uit Limburg is klein. Zij moeten een grotere afstand afleggen en moeten de ring rond Brussel of Antwerpen doorkomen.

- *Congressen* betrekken zowel klanten van dichtbij (26% West-Vlamingen) als uit de andere Vlaamse provincies met uitzondering van Limburg. Meer concreet komt 34% van de organisatoren uit Brussel en de rand, 16% uit de agglomeratie Antwerpen – Mechelen en 14% uit de agglomeratie Gent.
- Organisatoren die de Kust kiezen om *enkel te vergaderen* zijn in de helft van de gevallen van dichtbij en gevestigd in West-Vlaanderen. Toch komt ook 30% uit Brussel en de rand. Wegens het weinig aantal cases is voorzichtigheid geboden bij de interpretatie.
- Voor *meetcentives* komen de organisatoren meer uit andere Vlaamse provincies, het meest uit Vlaams-Brabant. De Brusselse regio (Brussel en rand) is goed voor meer dan 50% van de herkomsten van bedrijven/verenigingen die een meetcentive aan de Kust organiseren. 12% komt uit de agglomeratie Antwerpen – Mechelen en 8% uit de agglomeratie Gent.
- Bij *teambuildings* gaat het in 30% van de gevallen over organisatoren uit West-Vlaanderen, maar ook over organisatoren uit de provincies Antwerpen, Vlaams-Brabant en Oost-Vlaanderen. Concreet is Brussel en de rand goed voor 34% en de agglomeratie Antwerpen – Mechelen voor 17%.

Congressen aan de Kust trekken meer bedrijven/verenigingen uit West- en Oost Vlaanderen en minder uit Brussel en Wallonië in vergelijking met congressen die niet aan de Kust doorgaan.

Grafiek 19

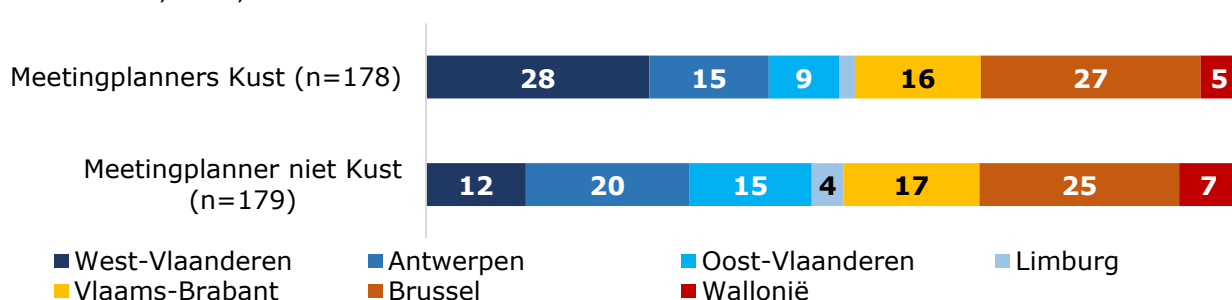
Herkomst organisatoren met congressen naar locatie al dan niet aan de Kust, in %, 2013



Voor meetings, meetcentives en teambuildings, trekt de Kust ongeveer evenveel organisatoren uit Brussel en Wallonië. Enkel in de spreiding van de Vlaamse provincies is er een verschil. De Kust trekt meer West-Vlaamse bedrijven/verenigingen in vergelijking met meeting bestemmingen buiten de Kust.

Grafiek 20

Herkomst organisatoren met meetings, meetcentives en teambuildings naar locatie al dan niet aan de Kust, in %, 2013



Grootte van organisatoren

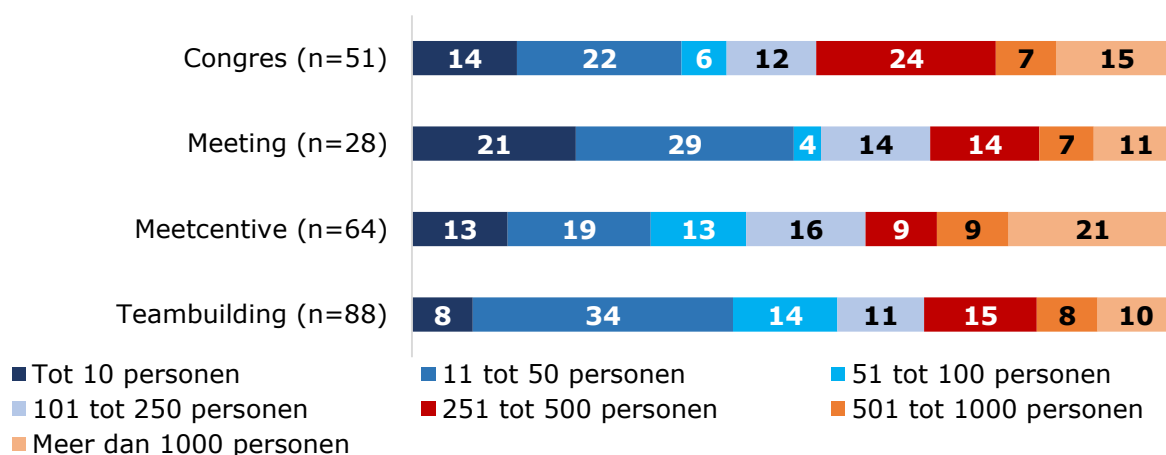
Congressen en meetcentives worden meest georganiseerd door grotere organisatoren

47% van de organisatoren met congressen aan de Kust, hebben meer dan 250 werknemers. Ook bij *meetcentives* heeft 39% van de bedrijven/verenigingen meer dan 250 werknemers.

Bij *meetings en teambuildings* zijn meer kleine organisatoren vertegenwoordigd: 50% bij meetings heeft minder dan 50 werknemers en 42% van de organisatoren die een teambuilding aan de Kust organiseren. Toch zijn er ook bij een derde van de organisatoren met een meeting of teambuilding aan de Kust meer dan 250 personen aan het werk.

Grafiek 21

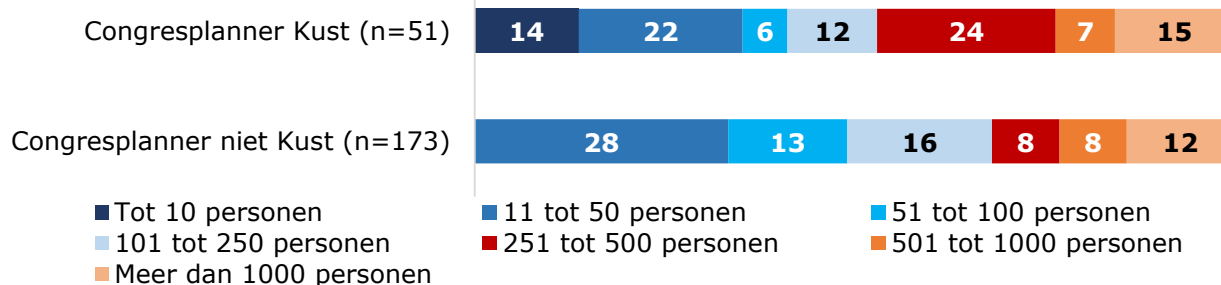
Aantal werknemers bij organisatoren met meeting activiteit aan de Kust, naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Er zit relatief grote variatie in de grootte van de organisatoren met een congres aan de Kust ten opzichte van deze die elders een congres organiseerden. 46% van de organisatoren die een congres aan de Kust hadden tellen meer dan 250 werknemers, terwijl dit 28% is bij de organisatoren die een congres elders hadden.

Grafiek 22

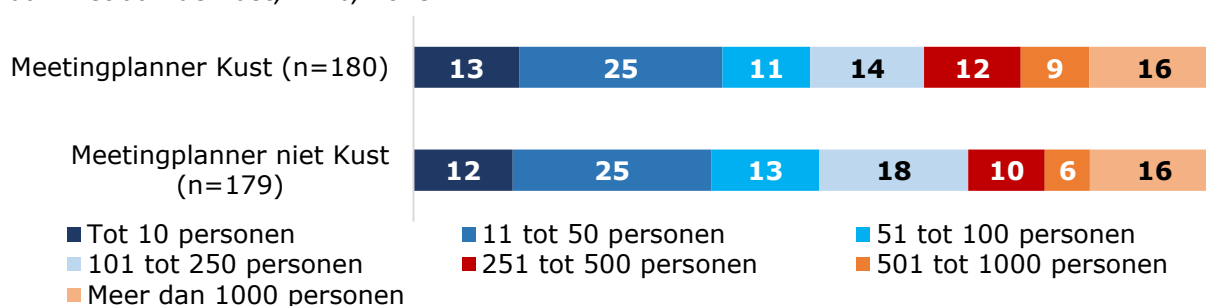
Aantal werknemers in bij organisatoren naar congreslocatie al dan niet aan de Kust, in %, 2013



De diversiteit in grootte van organisatoren die een meeting, meetcentive of een teambuilding aan de Kust hadden is daarentegen gelijkaardig aan deze die een meeting activiteit elders organiseerden.

Grafiek 23

Aantal werknemers bij organisatoren naar locatie meeting, meetcentive of teambuilding al dan niet aan de Kust, in %, 2013



Meeting portfolio van organisatoren met meeting activiteit aan de Kust

- De organisatoren met een *congres aan de Kust*, organiseren in het algemeen vaak congressen. Zij hebben echter ook andere meeting activiteiten in hun portfolio zoals opleidingen, meetings en teambuildings.
- Organisatoren met een *meeting aan de Kust* organiseren ook personeelsuitstappen en teambuildings.
- Organisatoren met *meetcentives aan de Kust* organiseren daarnaast ook meetings en opleidingen buitenshuis.
- De organisatoren met een *teambuilding aan de Kust*, kunnen wellicht warm gemaakt worden om ook eens een meeting of opleiding aan de Kust te organiseren.
- De organisatoren met een meetcentive en een teambuilding aan de Kust organiseren gemiddeld meer types van meeting activiteiten buitenshuis dan deze met een meeting en een congres.

Tabel 30

Type meetings die regelmatig buitenshuis georganiseerd worden door organisatoren met meeting activiteit aan de Kust, naar type activiteit, in %, 2013

Type meetings	Congres	Meeting	Meet-centive	Team-building
Teambuilding activiteiten	29,4	25,0	65,6	75,0
Professionele meeting	33,3	53,6	68,8	38,6
Opleiding, training	47,1	50,0	45,3	35,2
Personeelsuitstap	19,6	25,0	32,8	51,1
Corporate event voor klanten/externe partners	19,6	21,4	31,3	18,2
Congres	66,7	14,3	14,1	9,1
Professionele beurs	3,9	14,3	6,3	5,7
Productvoorstelling	13,7	25,0	14,1	11,4
Familiedag	5,9	21,4	17,2	29,5
Incentive activiteit	5,9	10,7	21,9	18,2
Ander soort meetings	2,0	0,0	0,0	1,1
Totaal	247,1	260,7	317,4	293,1
Aantal ongewogen cases	51	28	64	88

6.2 Kenmerken van het meeting toerisme aan de Kust

Aantal deelnemers aan een meeting activiteit

Het aantal deelnemers is uiteraard gerelateerd aan het type meeting activiteit

De congressen aan de Kust kunnen als *kleinschalig tot middelgroot* worden getypeerd. Gemiddeld zijn er 237 deelnemers (mediaan van 120 deelnemers). 47% van de congressen telt minder dan 100 personen en 53% meer dan 100 personen.

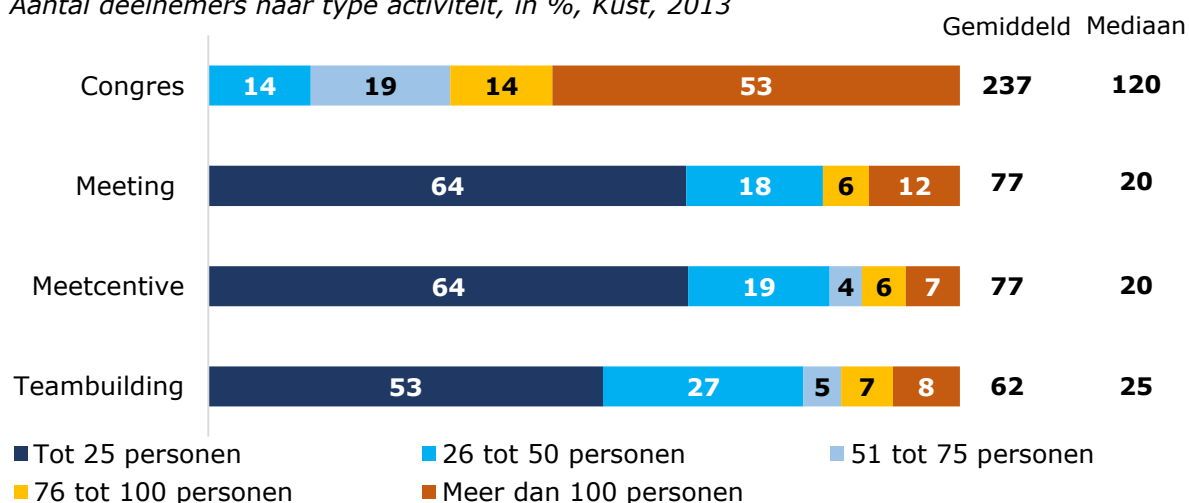
Bij 58% van de congressen aan de Kust bestaan de deelnemers enkel uit Belgische deelnemers, bij 42% zijn er naast Belgische deelnemers ook buitenlandse deelnemers aanwezig.

Meetings en meetcentives aan de Kust richten zich vooral (64%) op groepen van minder dan 25 personen. Meetings en meetcentives hebben gemiddeld 77 deelnemers maar een mediaan van 20 personen.

Groepen voor teambuilding zijn gemiddeld iets kleiner dan deze voor meetings. Teambuildings hebben gemiddeld 62 personen en een mediaan van 25 personen. Meer dan de helft van deze samenkomsten bestaat eveneens uit kleine groepen van maximaal 25 personen. 27% gaat om groepen van tussen 26 en 50 personen. 20% gaat om grotere groepen met toch 8% van meer dan 100 personen.

Grafiek 24

Aantal deelnemers naar type activiteit, in %, Kust, 2013



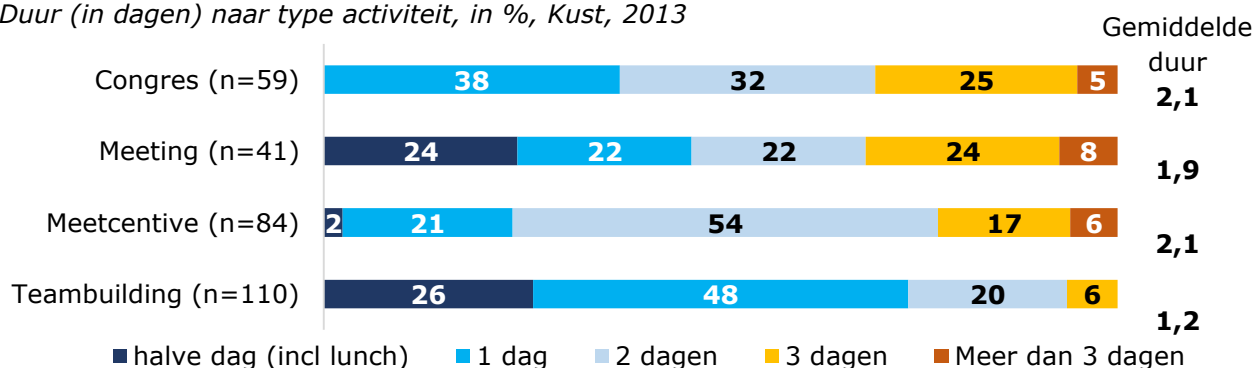
Duur van de meeting activiteiten

Een congres en een meetcentive aan de Kust duren gemiddeld 2,1 dagen, meetings en teambuildings zijn gemiddeld korter

- Congressen duren in 38% van de gevallen één dag, 32% duurt 2 dagen. 30% duurt 3 dagen en meer.
- Meetcentives zijn in 54% van de gevallen gespreid over 2 dagen en in 23% van de gevallen over 3 dagen en meer.
- Meetings duren gemiddeld 1,9 dagen: 24% van de meetings duurt slechts een halve dag (inclusief lunch of diner), terwijl ook 8% langer dan 3 dagen in beslag neemt.
- Teambuildings duren het kortst met een gemiddelde van 1,2 dagen. Bijna drie op de vier zijn beperkt tot maximum 1 dag en 26% beperkt zich tot een halve dag (steeds inclusief lunch of diner).

Grafiek 25

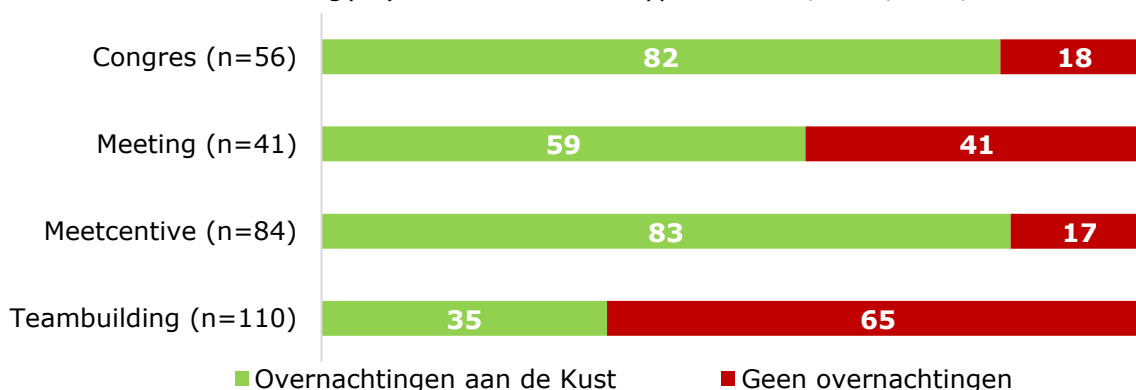
Duur (in dagen) naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Een meeting activiteit aan de Kust gaat vaak gepaard met overnachtingen aan de Kust

Grafiek 26

Al of niet met overnachting(en) aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



- Een congres of een meetcentive aan de Kust gaat in 8 op de 10 keer gepaard met één of meerdere overnachtingen aan de Kust.
- Bij 59% van de meetings aan de Kust is dit ook het geval.
- Teambuildings worden het minst gecombineerd met een overnachting aan de Kust (65% zonder overnachting).

Niet alleen bij meerdaagse meeting activiteiten vinden overnachtingen plaats aan de Kust, maar ook bij eendaagse activiteiten

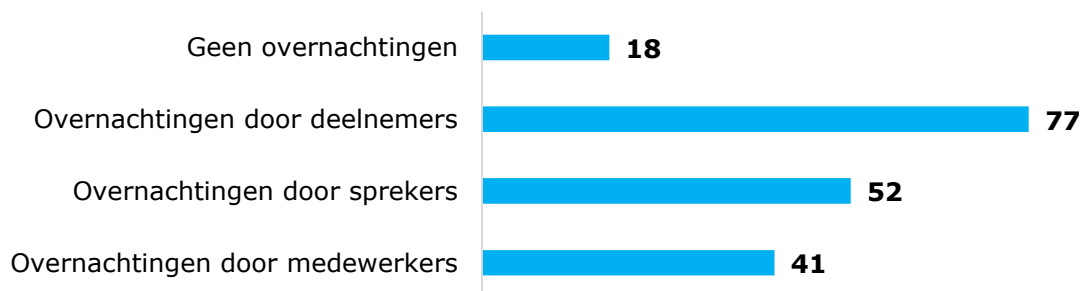
Ook bij eendaagse meeting activiteiten vinden overnachtingen plaats: bij bijna de helft van congressen van 1 dag worden toch overnachtingen aan de Kust geboekt, terwijl dit bij andere meeting activiteiten veel lager ligt (19%). Dit komt doordat een congres van 1 dag meer voorbereiding vraagt en sommige sprekers van verder komen waardoor ze een nacht aan de Kust verblijven. Bij congressen kunnen er immers door verschillende partijen overnachtingen plaatsvinden: naast de deelnemers aan het congres, zijn er ook medewerkers en sprekers die kunnen overnachten.

In 77% van de congressen aan de Kust blijven deelnemers overnachten. Het aandeel congressen waarbij sprekers en medewerkers blijven overnachten ligt lager (respectievelijk 52% en 41%). Indien er overnachtingen bij een congres geboekt zijn, blijven gemiddeld 16 medewerkers 2,3 nachten overnachten. Indien er overnachtingen voor sprekers geboekt zijn, blijven gemiddeld 5 sprekers 1,5 nachten overnachten.

69% van de deelnemers die blijven overnachten kunnen hun overnachting boeken via de organisator. Via deze boekingen blijven gemiddeld 126 deelnemers 1,9 nachten aan de Kust.

Grafiek 27

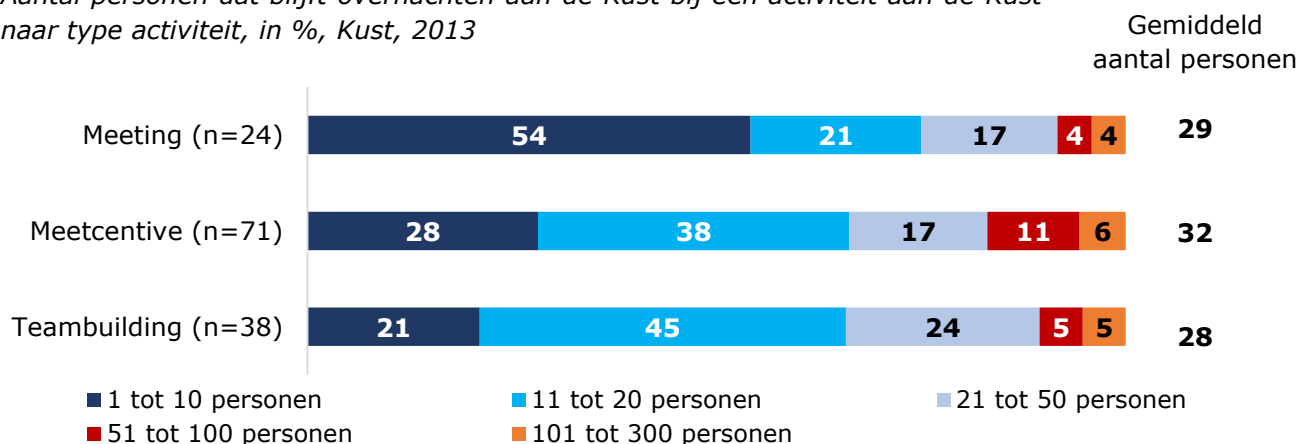
Aandeel congressen al of niet met overnachting aan de Kust, in %, Kust, 2013, (n=56)



Bij meeting, meetcentives en teambuilding met overnachting, blijven gemiddeld een 30-tal personen overnachten aan de Kust. 54% van de meetings met overnachtingen bestaat uit kleinere groepen tot 10 personen.

Grafiek 28

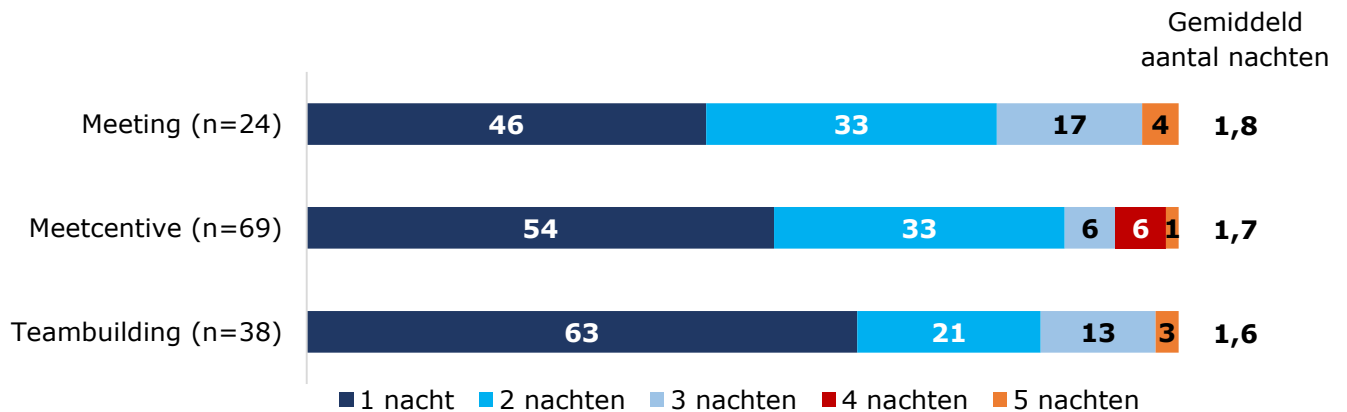
Aantal personen dat blijft overnachten aan de Kust bij een activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



In ongeveer 80% van de activiteiten met overnachting blijft men 1 of 2 nachten aan de Kust. Gemiddeld blijft men bij een teambuilding met overnachting 1,6 nachten aan de Kust. Bij meetcentives ligt dit op 1,7 nachten en bij meetings op 1,8 nachten.

Grafiek 29

Aantal nachten aan de Kust bij meeting activiteit naar type activiteit, in %, Kust, 2013

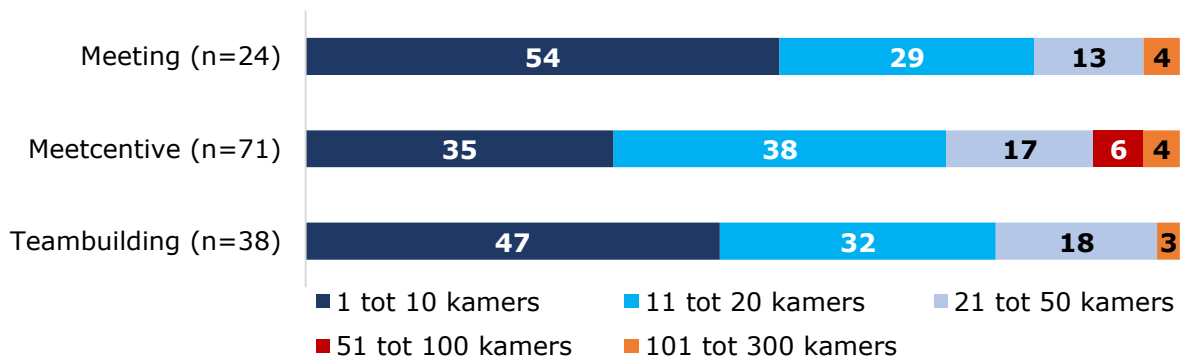


Het aantal geboekte kamers ligt bij een meeting in lijn met het aantal personen dat blijft overnachten.

Bij meetcentives en zeker bij teambuildings worden minder kamers geboekt dan het aantal personen dat blijft overnachten. Deelnemers aan deze activiteiten slapen meer met 2 op een kamer dan bij meetings (zie ook volgende grafiek).

Grafiek 30

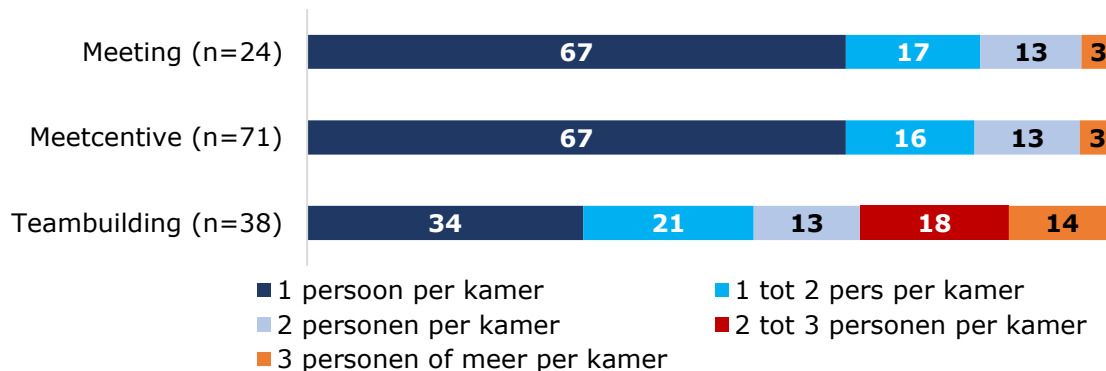
Aantal geboekte kamers naar type meeting activiteit, in %, Kust, 2013



Bij *teambuilding activiteiten* zien we vaker dat de deelnemers een kamer delen. In twee derde (67%) van de meetings en meetcentives wordt het principe toegepast van één persoon per kamer, terwijl dit bij teambuilding activiteiten slechts één derde is (34%). Dit komt doordat men bij teambuilding activiteiten meer gebruik maakt van andere logiestypes dan hotels.

Grafiek 31

Aantal deelnemers aan een meeting activiteit dat ook overnacht aan de Kust per kamer, naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Het meeting toerisme aan de Kust is goed voor 200 000 overnachtingen

Op basis van bovenstaande gegevens kan een ruwe inschatting gemaakt worden van het aantal overnachtingen aan de Kust dankzij meetings, meetcentives, teambuildings en congressen. Geraamd vonden in 2013 iets meer dan **200 000 overnachtingen** plaats binnen het meeting toerisme aan de Kust.

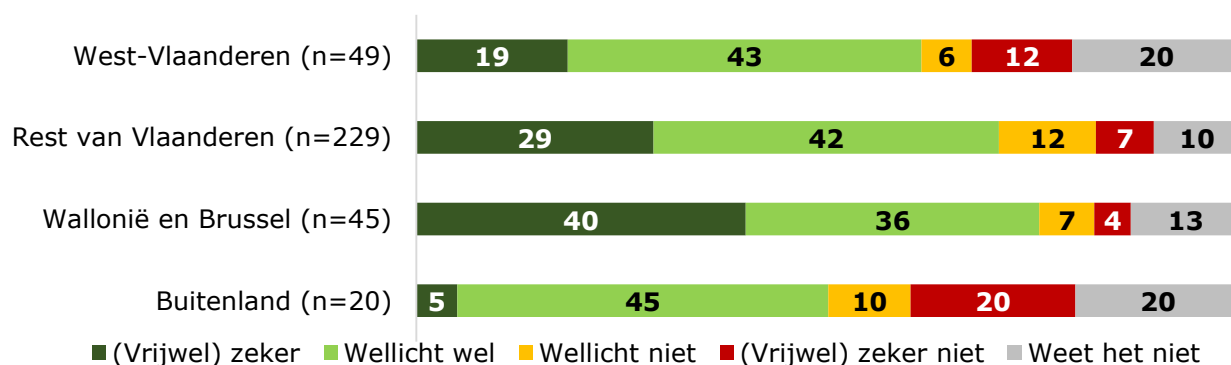
Deelnemers aan meeting activiteiten hebben de intentie om terug te komen naar de Kust voor een vakantie

Meer dan 60% van de Belgische deelnemers geeft aan dat ze wellicht wel of zeker nog eens naar de kustgemeente komen waar de meeting activiteit plaatsvond voor een (korte) vakantie.

Bij de Brusselse en Waalse deelnemers ligt dit zelfs op 76%. Buitenlandse deelnemers tonen een minder hoge intentie tot het doorbrengen van een (korte) vakantie in de kustgemeente van de meeting activiteit (50%).

Grafiek 32

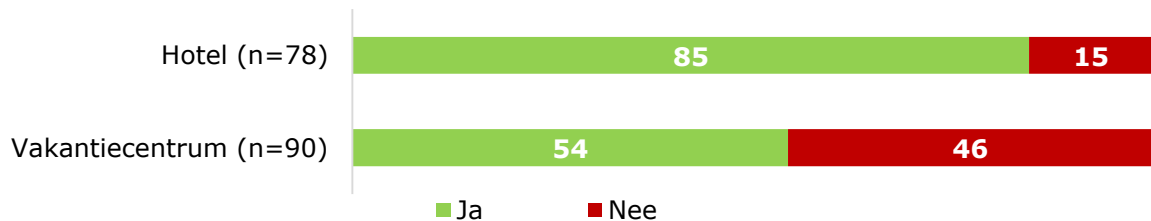
Intentie tot herhaalbezoek naar kustgemeente van meeting activiteit, voor (korte) vakantie, in %, Kust, 2013



85% van de deelnemers aan een meeting activiteit aan de Kust in hotels en die nog eens terug zouden keren naar dezelfde kustgemeente voor een (korte) vakantie zouden opnieuw kiezen voor hetzelfde hotel. Bij deelnemers waarvan de meeting activiteit doorging in een vakantiecentrum zou 54% dezelfde uitbating kiezen.

Grafiek 33

Intentie tot vakantie in zelfde logies van meeting activiteit bij deelnemers aan een meeting activiteit aan de Kust, in %, Kust, 2013

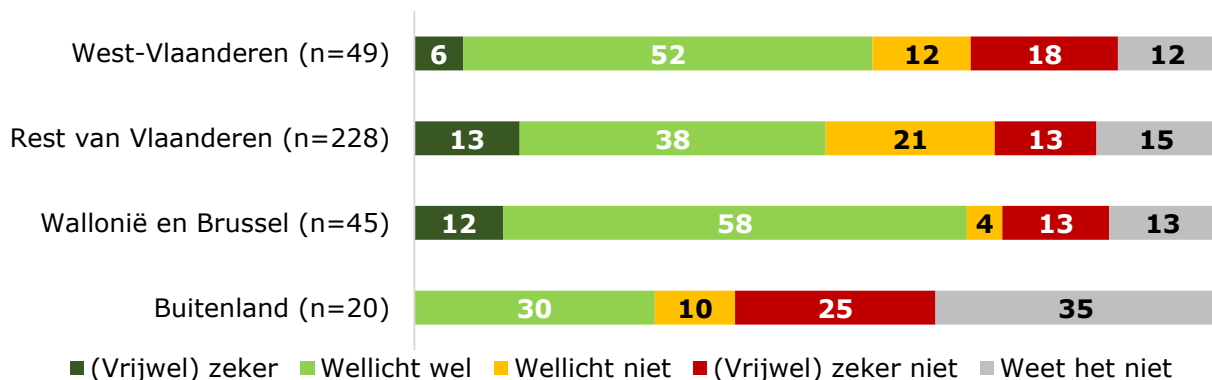


Indien een meeting activiteit een vrijdag of zaterdag zou eindigen, geeft meer dan de helft van de Belgische deelnemers aan dat ze zouden overwegen om aansluitend het weekend aan de Kust te verblijven.

Bij de Brusselse en Waalse deelnemers ligt dit opnieuw hoger (70%). Buitenlandse deelnemers geven een lagere intentie aan.

Grafiek 34

Intentie tot bijboeken voor een weekend bij deelnemers van een meeting activiteit aan de Kust, in %, Kust, 2013



Nevenactiviteiten bij meetings aan de Kust

Weinig nevenactiviteiten buiten de kustgemeente waar meeting activiteit doorgaat

Slechts in een beperkt aantal gevallen onderneemt men een activiteit buiten de kustgemeente waar de hoofdactiviteit doorgaat. Dit gebeurt iets meer bij teambuildings (28%) en meetcentives (20%) dan bij meetings (12%). Indien dit gebeurt gaat het meestal om een *activiteit in een andere kustplaats*. Een activiteit in *Brugge* (meestal restaurantbezoek) wordt slechts occasioneel gecombineerd in alle drie types van activiteiten.

Organisaties die de Kust kiezen voor hun hoofdactiviteit zoeken wel degelijk de Kust op omwille van de **Kust zelf en niet omwille van de nabijheid bij Brugge**.

Tabel 31

Activiteiten buiten de kustgemeente van hoofdactiviteit, naar type activiteit, in %, Kust, 2013

Activiteiten buiten kustgemeente van hoofdactiviteit	Meeting	Meetcentive	Teambuilding
Nee	87,8	79,8	71,8
Ja, in andere kustplaats	4,9	19,0	18,2
Ja, in Brugge	2,4	2,4	6,4
Ja, in andere stad buiten kust	4,9	1,2	6,4
Totaal	100,0	102,4	102,8
Aantal ongewogen cases	41	84	110

Restaurantbezoek is de meest populaire nevenactiviteit

Tabel 32

Type groepsactiviteiten aan de Kust bij meetcentives en teambuildings, in %, 2013

Groepsactiviteiten	Meetcentive	Teambuilding
Maaltijd(en) in restaurant <u>buiten</u> logies/venue	71,4	57,3
Groepsspel als zoektocht of ander	32,1	44,5
(Initiatie in) strand- of watersporten	31,0	40,0
Stadsrondleiding, erfgoedwandeling	20,2	15,5
Natuurwandeling	26,2	10,0
Tocht met billenkar/go-kart	10,7	20,0
Bezoek toer. bezienswaardigheid, hist. site, museum	13,1	17,3
Boottocht	15,5	14,5
Fiets- of scootertocht	7,1	10,9
Bijwonen evenement of optreden	3,6	4,5
Bezoek aan bedrijf	1,2	4,5
(Initiatie) casino	3,6	0,9
Degustatietoelt, culinaire tocht	2,4	1,8
(Initiatie) golf	2,4	1,8
Nocturne	0,0	1,8
Deelname workshop, initiatie in ander type activiteit	4,8	8,2
Andere activiteit	3,6	5,5
Totaal	248,9	259,0
Aantal ongewogen cases	84	110

Meetings, die vaak kort zijn, worden meestal niet gecombineerd met veel externe activiteiten buiten de meeting locatie, tenzij met *een restaurantbezoek*. Dit gebeurt slechts in 17% van de meetings aan de Kust. Daarom worden in vorige tabel enkel de activiteiten bij *meetcentives* en bij *teambuildings* weergegeven.

Bij meetcentives wordt in 71% van de gevallen *op restaurant gegaan buiten* het logies of de venue. Bij teambuildings ligt dit lager op 57%. De aanwezigheid van aantrekkelijke restaurants buiten de teambuilding of vergaderlocatie zijn dus een belangrijk element voor deze organisatoren.

Groepsspelen en initiatie in strand- en watersporten zijn de tweede belangrijkste activiteit bij teambuildings maar ook bij meetcentives.

Stadsrondleidingen en natuurwandelingen komen iets meer voor bij meetcentives en een *billenkartocht* en een *bezoek aan een bezienswaardigheid of een museum* meer bij teambuildings. Ook *boottochten op zee* vormen een activiteit zowel bij meetcentives als bij teambuildings.

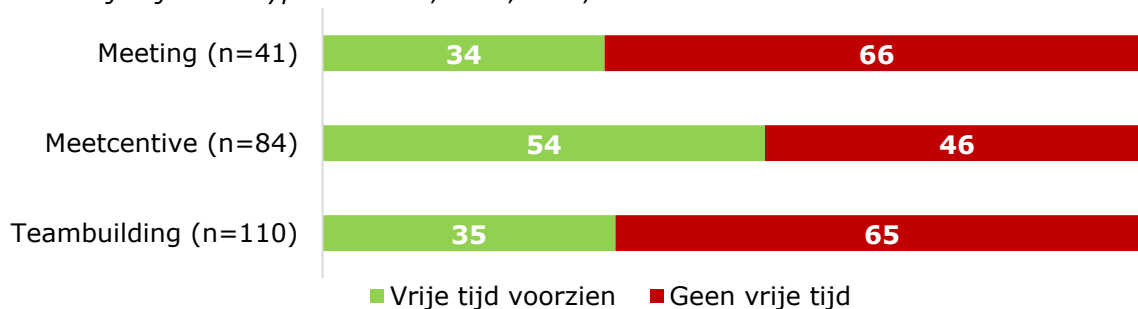
Verder zijn er nog een waaier van andere activiteiten die maar af en toe eens voorkomen. *Nocturnes, initiatie golf, degustatietochten, initiatie in casinospelen en bezoeken aan een bedrijf* komen het minst voor als (neven)activiteit bij een meetcentive of teambuilding.

Individuele vrije tijd voor deelnemers

Bij slechts een derde van de **meetings en teambuildings** is individuele vrije tijd voorzien voor de deelnemers (34% en 35% respectievelijk). Bij meetcentives ligt dit een stuk hoger op 54%. Dit komt doordat meetcentives vaker langer dan één dag duren en meer met overnachtingen worden gecombineerd.

Grafiek 35

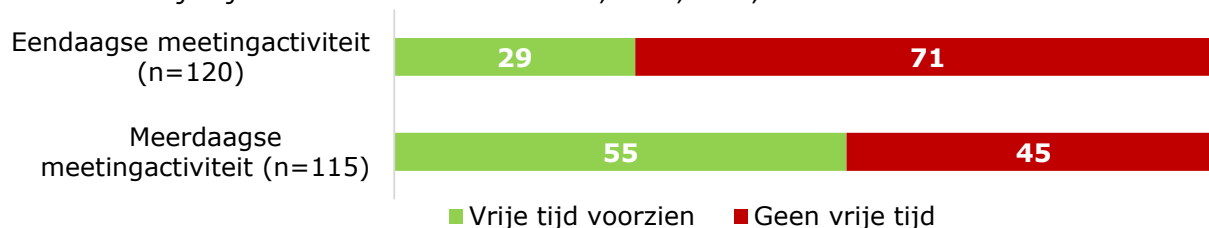
Al dan niet vrije tijd naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Bij meerdaagse activiteiten is er vaker individuele vrije tijd voor de deelnemers voorzien.

Grafiek 36

Al dan niet vrije tijd naar duur van de activiteit, in %, Kust, 2013



6.3 Motivatie-en beslissingsproces

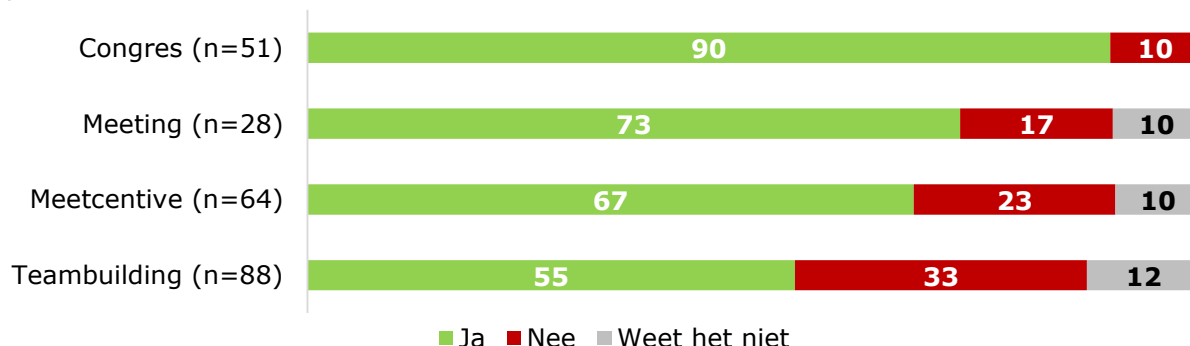
Motivatie

De meeste congresorganisatoren kwamen al eerder in de laatste 5 jaar voor een meeting activiteit naar de Kust

Negen op de tien congresorganisatoren met een congres aan de Kust hebben in de laatste 5 jaar reeds eerder één of meerdere meeting activiteiten georganiseerd aan de Kust. Bij organisatoren van meetings en meetcentives ligt dit iets lager (73% en 68%). Van de organisatoren van teambuildings heeft iets meer dan de helft de voorbije 5 jaar reeds eerder één of meerdere meeting activiteiten georganiseerd aan de Kust.

Grafiek 37

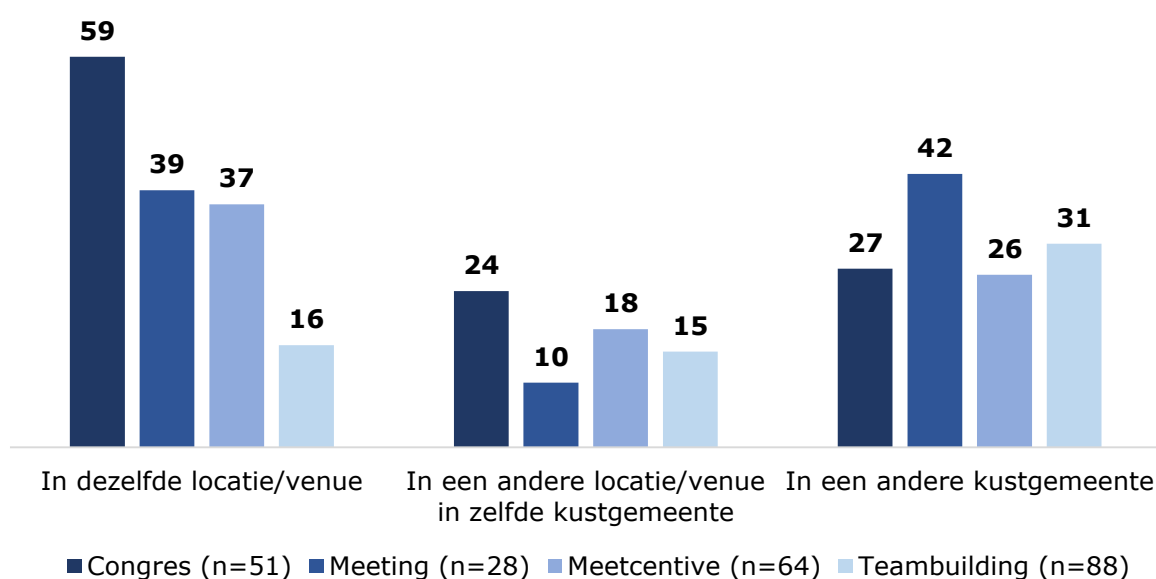
Aandeel dat voorbije 5 jaar wel of niet een meeting activiteit organiseerde aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Congresorganisatoren met een congres aan de Kust blijven meest trouw aan een locatie

Grafiek 38

Aandeel dat voorbije 5 jaar een meeting activiteit organiseerde aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



59% van de congresorganisatoren heeft ook in de voorbije 5 jaar al gebruik gemaakt van dezelfde locatie. Maar ook voor *meetings en meetcentives* blijven de organisatoren in 39% en 37% van de gevallen terugkomen naar dezelfde locatie. Wellicht heeft dit te maken met een gebondenheid van bepaalde organisatoren aan bepaalde meeting locaties maar ook wel met een hoge mate van tevredenheid.

Organisatoren hebben ook vaak reeds eerder iets georganiseerd in een andere kustgemeente (42%).

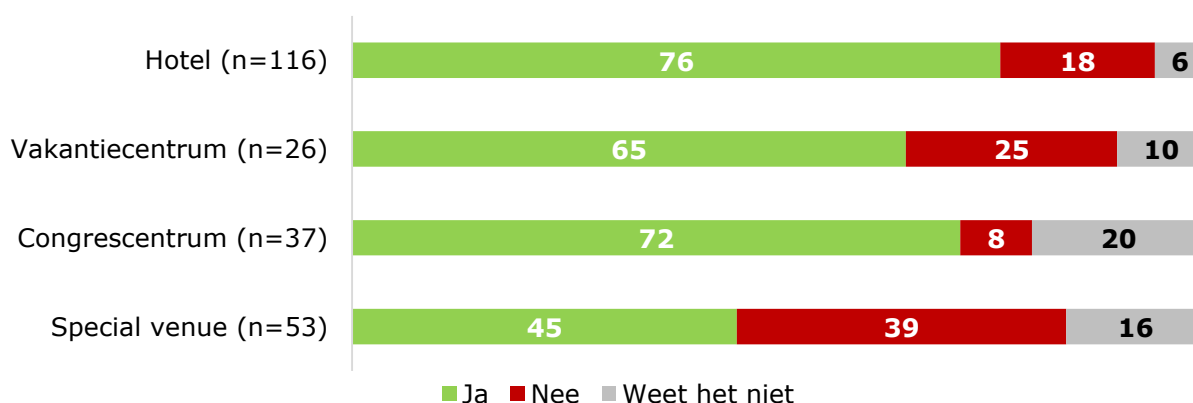
Bij *teambuildings* zijn organisatoren minder trouw aan een locatie. Men zoekt steeds naar nieuwe bestemmingen en nieuwe activiteiten. In deze groep heeft toch bijna één op drie de voorbij 5 jaar een meeting activiteit georganiseerd aan de Kust in een andere kustgemeente.

Vooraf planners met een activiteit aan de Kust in een congrescentrum of vakantiecentrum blijven trouw aan de locatie

Organisatoren in hotels en congrescentra hebben het hoogste aandeel van herhaalbezoeken aan de Kust voor meeting activiteiten. 76% en 72% van hen heeft de voorbije 5 jaar nog minstens één meeting activiteit aan de kust georganiseerd.

Grafiek 39

Aandeel dat voorbije 5 jaar wel of niet een meeting activiteit organiseerde aan de Kust naar type locatie, in %, Kust, 2013



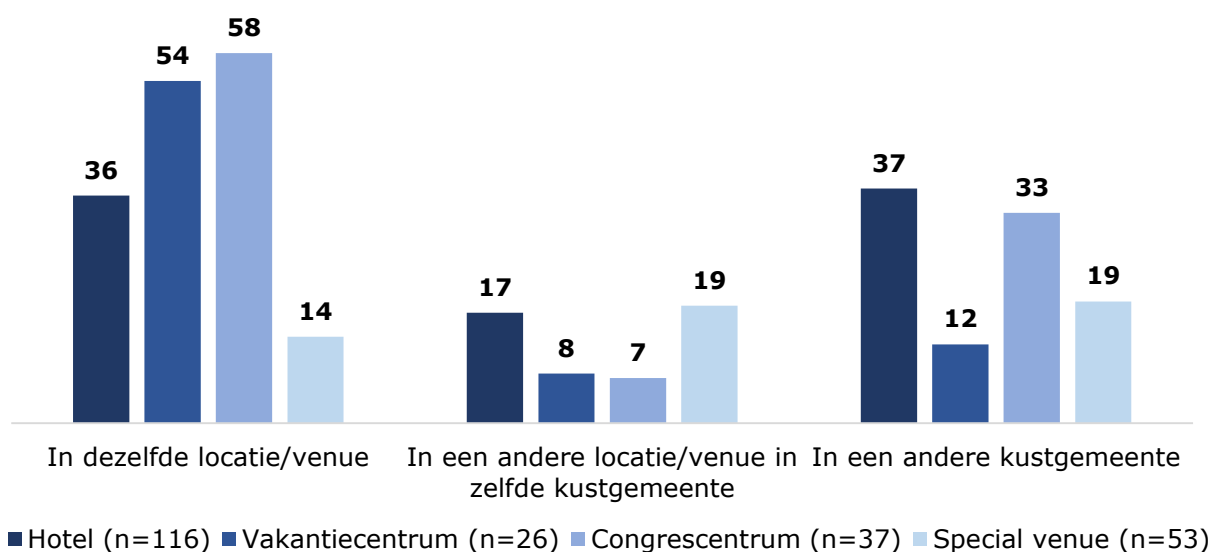
58% van de planners in een congrescentrum hebben de voorbije 5 jaar nog gebruik gemaakt van deze locatie aan de Kust. Bij vakantiecentra ligt dit op 54%.

Daarnaast heeft ook een derde van de organisatoren in een congrescentrum een meeting activiteit georganiseerd in een andere kustgemeente in de voorbije 5 jaar.

Iets meer dan een derde (36%) van de planners met een meeting activiteit in een hotel heeft de voorbije 5 jaar nog gebruik gemaakt van deze locatie. Ongeveer evenveel planners organiseerden reeds een meetingactiviteit in een andere kustgemeente.

Grafiek 40

Aandeel van organisatoren dat voorbij 5 jaar een meeting activiteit organiseerde aan de Kust naar type locatie, in %, Kust, 2013

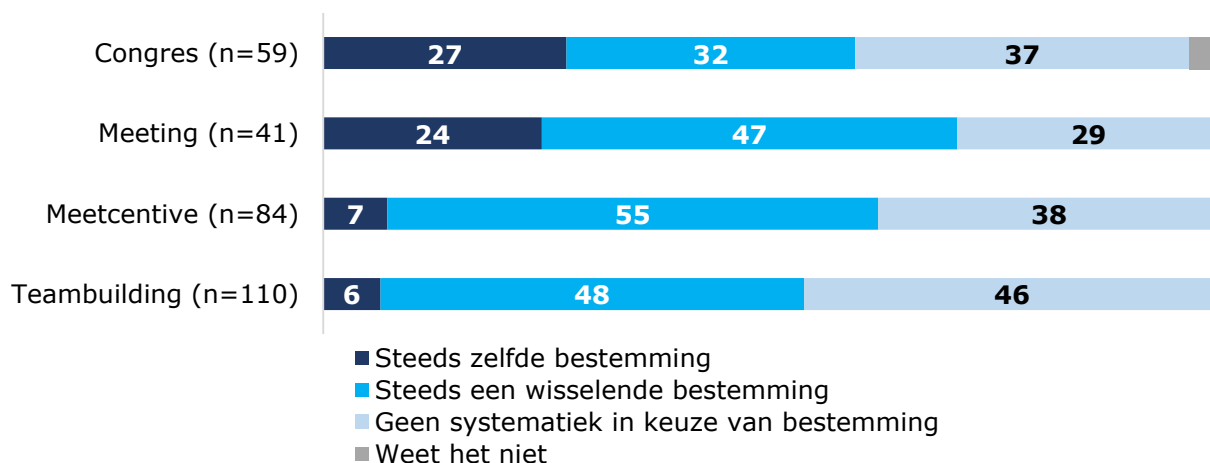


De meeste organisatoren van meeting activiteiten aan de Kust kiezen steeds voor een wisselende bestemming

Bij meetings en congressen kiest de organisatoren het meest voor telkens dezelfde bestemming 27 en 24%. Over de sectoren heen, kiest 18% van de bedrijven/verenigingen uit de non profit sector bij voorkeur steeds dezelfde bestemming voor dit type meeting activiteiten.

Grafiek 41

Voorkeur voor wisselende of vaste bestemmingen bij organisatoren met een meeting activiteit aan de Kust naar type van activiteit, in %, Kust, 2013



Zoekgedrag

Vaak contacteert organisator rechtstreeks de uitbater van een gekende locatie en gaat hij niet op zoek

Bij congressen en meetings die regelmatig naar dezelfde locatie terug gaan (zie hiervoor), vinden we vrij hoge percentages van organisaties die geen meetinglocatie zoeken maar direct weten waar de meeting activiteit zal plaatsvinden omdat ze die reeds kennen: 64% en 54%. Dit is iets minder voor meetcentives en voor teambuildings het geval: 40% en 37%.

Grafiek 42

Aandeel van organisatoren dat direct kiest voor specifieke locatie aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013

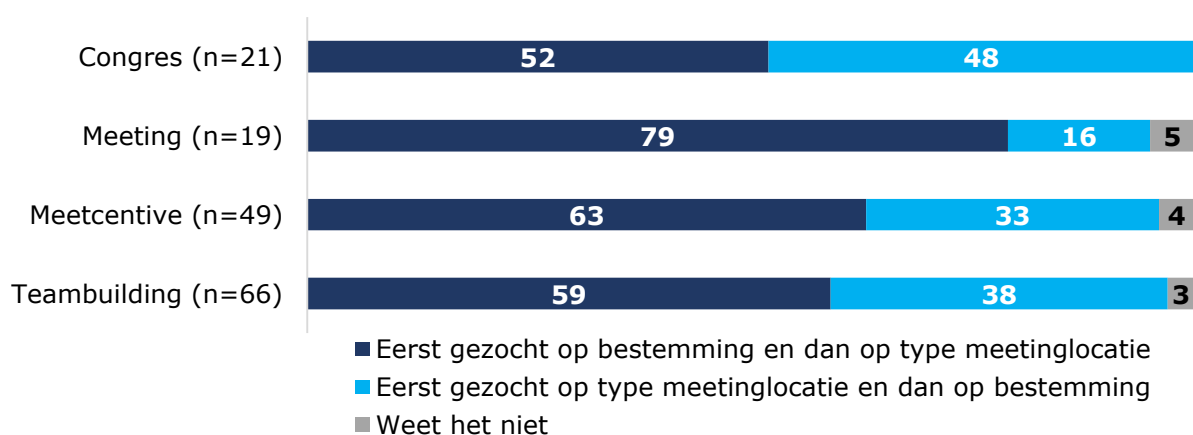


Wanneer de organisator wel op zoek gaat naar een nieuwe meeting locatie aan de Kust, zoekt hij meer op bestemming dan op type meeting locatie

Indien de organisator een nieuwe locatie zoekt, kijkt hij eerder naar bestemming en minder naar type locatie in het geval van meetings (79%), meetcentives (63%) en teambuildings (59%). Bij congressen wordt nog iets meer gezocht op bestemming (52%) en dan op type meeting locatie (48%).

Grafiek 43

Zoektocht op bestemming of type meeting locatie bij organisatoren met een meeting activiteit aan de Kust die zoeken naar een nieuwe meeting locatie, naar type activiteit, in %, Kust, 2013



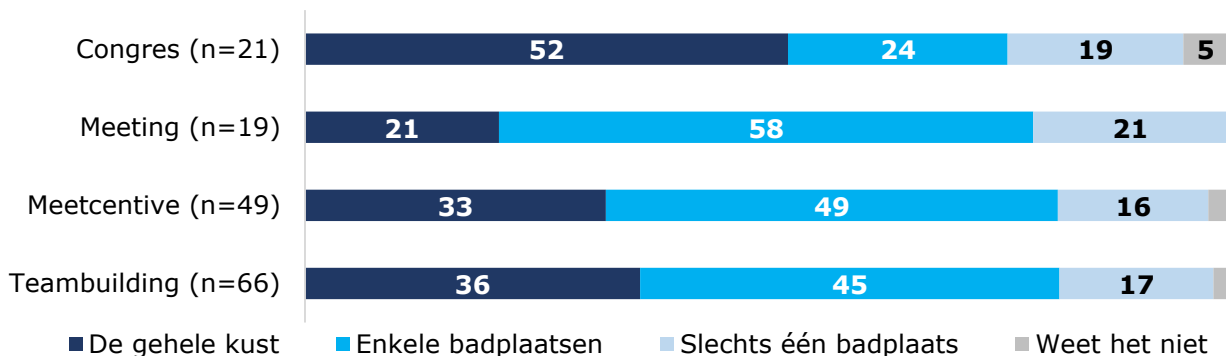
Bij een zoektocht naar een nieuwe meeting locatie aan de Kust, zoekt men meestal naar locaties in diverse badplaatsen aan de Kust

Algemeen gezien wordt slechts weinig gezocht op één specifiek badplaats. Dit betekent dat potentiële klanten locaties in diverse kustgemeenten afwegen als ze geen ervaring hebben met een bepaalde locatie.

Voor een congres aan de Kust zoekt men iets meer over de gehele Kust, terwijl voor meetings, meetcentives en teambuildings men zoekt op een beperkt aantal badplaatsen.

Grafiek 44

Zoektocht naar diverse kustlocaties of enkel naar één badplaats bij organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Concurrerende bestemmingen voor de Kust

In de online enquête bij organisatoren die een meeting activiteit organiseerden aan de Kust, werd gepolst naar mogelijk concurrerende bestemmingen.

Bij de *meetings*, met meer organisatoren uit West-Vlaanderen, is de keuze voor de Kust heel uitgesproken. Indien ze andere bestemmingen overwogen voor de meeting (door 29%), werd voornamelijk *Brugge* in beschouwing genomen.

Door de hoge graad van herhaalbezoek in een gekende congreslocatie overwoog slechts 27% van de *congresorganisatoren* andere bestemmingen. Naast de Kust komen ook *Brugge*, een locatie in de Ardennen, andere kunststeden of een locatie in het buitenland in aanmerking.

Bij *meetcentives* en *teambuildings* staat de Kust veel sterker in concurrentie met andere bestemmingen: bijna de helft van de organisatoren overwoog ook andere bestemmingen voor deze activiteiten, in de eerste plaats een locatie in de Ardennen. Brugge, Gent, andere kunststeden of een locatie in het buitenland waren ook mogelijke bestemmingen.

Tabel 33

Welke bestemmingen nam u in overweging naar type activiteit, in % Kust, 2013

Wat nam u in overweging?	Congres	Meeting	Meet-centive	Team-building
Niets, nam rechtstreeks contact op met een gekende locatie	64,4	53,7	39,5	37,1
Enkel Kust overwogen	8,5	17,1	15,9	16,2
Ook andere bestemmingen overwogen:	27,1	29,2	44,6	46,7
<i>Brugge</i>	13,6	17,1	18,8	15,1
<i>Locatie in Ardennen</i>	11,9	2,4	22,3	19,5
<i>Antwerpen</i>	10,2	4,9	9,4	14,2
<i>Brussel</i>	10,2	4,9	8,2	8,9
<i>Gent</i>	6,8	7,3	16,4	14,2
<i>Regio Kortrijk</i>	3,4	4,9	3,5	7,1
<i>Andere West-Vlaamse steden</i>	5,1	7,3	9,4	7,1
<i>Andere Vlaamse steden</i>	6,8	2,4	7,0	8,0
<i>Andere locatie in Wallonië</i>	3,4	2,4	3,5	1,8
<i>Buitenland</i>	8,5	4,9	9,4	8,0
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	59	41	82	105

Informatiebronnen

Indien de meeting planner zelf geheel of gedeeltelijk instond voor de boekingen en niet via een tussenpersoon werkte, werd er gepolst naar de wijze waarop men informatie verkreeg in hun zoektocht naar een locatie of venue voor de meeting activiteit.

Meeste spontane info komt uit herhaalbezoek

Door de grote graad van herhaalbezoek, is het niet te verwonderen dat de meeste planners info halen uit hun eerdere ervaring in de meeting locatie/venue. Collega's, vrienden en kennissen vormen ook een belangrijke spontane infobron. Interne bronnen binnen het bedrijf of de vereniging zijn iets minder belangrijk.

Tabel 34

Spontane informatie bij organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013

Informatie niet actief opgezocht	Congres	Meeting	Meet-centive	Team-building
Info uit eerdere ervaring op locatie/venue	71,2	60,0	71,0	58,2
Info van collega's vrienden, kennissen	42,4	56,7	43,5	45,5
Info uit interne database over locaties/venues	16,9	13,3	16,1	9,1
Totaal	130,5	130,0	130,6	112,8
Aantal ongewogen cases	59	30	62	55

Tabel 35

Informatie actief geconsulteerd door organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust, naar type activiteit, in %, Kust, 2013

Informatie actief opgezocht	Congres	Meeting	Meet- centive	Team- building
Telefonisch contact met aanbieders	37,9	37,5	53,5	58,0
Persoonlijk prospectiebezoek	70,7	40,6	54,9	36,2
Website van specifieke aanbieders	20,7	40,6	32,4	47,8
Online zoekmachine	20,7	28,1	31,0	39,1
Specifieke Westtoer meeting website	12,1	28,1	19,7	14,5
Toeristische website gemeente	19,0	9,4	18,3	31,9
Meeting website Toerisme Vlaanderen	12,1	15,6	19,7	14,5
Brochures individuele aanbieders	10,3	12,5	12,7	13,0
Tel. contact Convention Bureau/DVT/Westtoer	19,0	3,1	14,1	15,9
Toeristische brochures	10,3	0,0	15,5	18,8
Meeting gids, brochure, folder	12,1	6,3	14,1	7,2
Bezoek aan beurs voor meeting planners	6,9	3,1	12,7	11,6
Artikel, advertentie in krant/tijdschrift	10,3	3,1	9,9	4,3
Andere informatiebron	3,4	9,4	7,0	4,3
Boekingswebsite	3,4	6,3	8,5	1,4
Nieuwsbrieven, mailings	,0	3,1	4,2	5,8
Speciale meeting websites	1,7	9,4	1,4	4,3
Artikel/reportage/ad in gesp. meetingmagazines	3,4	3,1	1,4	7,2
Meeting website Convention Bureau	6,9	3,1	1,4	4,3
Sociale netwerksites	0,0	0,0	0,0	1,4
Andere websites	3,4	3,1	2,8	1,4
Weet het niet	8,6	0,0	0,0	1,4
Totaal	292,9	265,5	335,2	344,3
Aantal ongewogen cases	58	32	71	69

- Organisatoren van *teambuildings en meetcentives* raadplegen gemiddeld meer informatiebronnen (3,4) dan de planners van meetings (2,7) en congressen (2,9). Dit is ook logisch omdat zij meer dan andere planners verschillende bestemmingen overwegen en dus meer informatie opzoeken.
- *Congresplanners*
Gezien het meestal gaat over een grootschaliger evenement gaat een planner van een congres in twee derden van de gevallen ter plaatse op prospectie. Voor hen is het telefonisch contact met de aanbieders ook heel belangrijk, naast websites van aanbieders en telefonisch contact met een Convention Bureau, een meeting cel van de dienst voor toerisme of Westtoer.
- *Meeting planners*
Voor hen zijn de prospectiebezoeken en websites van aanbieders het belangrijkste. Toch neemt ook iets meer dan een derde telefonisch contact op met de aanbieder. Gezien heel wat meeting planners afkomstig zijn uit West-Vlaanderen komt de meeting website van Westtoer sterker naar voor dan bij de andere activiteiten.

- *Meetcentive planners*
Ook bij hen is het telefonisch contact met de aanbieder, een prospectiebezoek en de website van de aanbieders belangrijk; maar ook online zoekmachines worden gebruikt.
- *Organisatoren van teambuildings.*
Het informatiegedrag is gelijkaardig aan dat van de meetcentive planners, met dit verschil dat men verder gaat zoeken in online zoekmachines en in toeristische websites en toeristische folders van de gemeenten.

Persoonlijk en/of telefonisch contact is belangrijk voor elk type van meeting planner.

Daarnaast zijn ook websites en andere digitale bronnen belangrijk, vooral voor teambuilding organisatoren (87%), maar iets minder voor congresplanners (64%).

Tabel 36

Type informatie actief geconsulteerd door organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust, naar type activiteit, in %, Kust, 2013

Soort informatie	Congres	Meeting	Meet-centive	Team-building
Persoonlijk / telefonisch contact	98,3	78,1	93,0	82,6
Websites en andere digitale bronnen	63,8	78,1	80,3	87,0
Brochures, gidsen	31,0	18,8	35,2	29,0
Andere	10,3	12,5	16,9	15,9
Media	13,8	6,3	9,9	11,6
Weet het niet	8,6	0,0	0,0	1,4
Totaal	225,8	193,8	235,3	227,5
Aantal ongewogen cases	58	32	71	69

Informatie die uitgaat van de aanbieders zelf is de belangrijkste bron bij het organiseren van teambuildings (71%) en meetcentives (69%).

Informatie van het Convention Bureau, Westtoer en Toerisme Vlaanderen zijn voor alle organisatoren belangrijk.

Zoals reeds eerder aangehaald is een persoonlijk prospectiebezoek zeer belangrijk voor congresplanners (71%).

Tabel 37

Informatiebronnen actief geconsulteerd door organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013

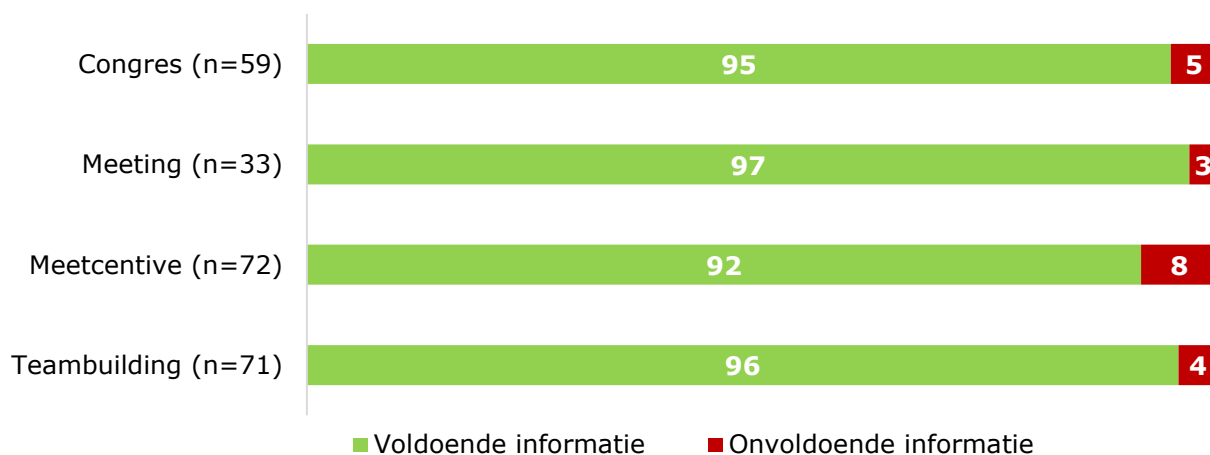
Informatiebron	Congres	Meeting	Meet-centive	Team-building
Aanbieders, dienstverleners	51,7	59,4	69,0	71,0
Convention Bureau/Westtoer/Toerisme Vl.	51,7	40,6	53,5	53,6
Persoonlijk prospectiebezoek	70,7	40,6	54,9	36,2
Andere	39,7	43,8	50,7	58,0
Weet het niet	8,6	0,0	0,0	1,4
Totaal	222,4	184,4	228,1	220,2
Aantal ongewogen cases	58	32	71	69

Meeting planners vinden voldoende informatie

Het is duidelijk dat diegenen die informatie actief opzochten, vinden dat er voldoende informatie voorhanden is.

Grafiek 45

Tevredenheid aangeboden informatie naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Beslissingsnemer voor keuze Kust als bestemming

De persoon die de Kust kiest als bestemming van een meeting activiteit is verschillend naargelang het type activiteit.

Bij meetings en meetcentives beslist de CEO of algemeen directeur relatief vaak. Het is dus belangrijk om deze persoon te benaderen.

Bij congressen en teambuildings is de beslissing veel complexer en kan het gaan over vrij diverse decisionmakers. Bij congressen is zowel de CEO, een manager, of iemand anders belangrijk. Bij teambuilding komt ook het personeelscomité iets sterker naar voor.

Tabel 38

Persoon die keuze bepaalde voor de Kust als bestemming, in %, Kust 2013

Decisionmaker voor de Kust als bestemming	Congres	Meeting	Meetcentive	Teambuilding
CEO, Algemeen directeur	28,8	46,3	38,1	24,5
Manager, Afdelingshoofd	27,1	19,5	38,1	35,5
Iemand anders	33,9	12,2	16,7	24,5
In groep	3,4	9,8	2,4	3,6
Personeelscomité	1,7	2,4	3,6	7,3
Management assistent	3,4	4,9	1,2	3,6
Weet het niet	1,7	4,9	0,0	0,9
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	59	41	84	110

Boekingen

Slechts een beperkt deel van de boekingen gebeurt via een Convention Bureau of meeting cel van een Dienst voor toerisme

De meeste boekingen aan de Kust worden rechtstreeks gemaakt. Bij meetcentives en congressen ligt dit het hoogst (87% en 86%). Bij meetings is dit in 4 op de 5 gevallen (81%), en bij teambuilding in 66% van de gevallen. Dit hoog aandeel van rechtstreekse boekingen hangt samen met de hoge graad van herhaalbezoeken aan de Kust (zie hiervoor).

Bij organisatoren van teambuildings en wat minder bij meetcentives wordt meer een beroep gedaan op een professionele meeting planner.

Tabel 39

Boekingswijze bij organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013

Wijze van boeking	Congres	Meeting	Meetcentive	Teambuilding
Rechtstreeks bij aanbieder(s)	86,4	80,5	86,9	65,5
Via een Convention Bureau/DVT	15,3	14,6	11,9	13,6
Via een professionele meeting planner	1,7	2,4	10,7	20,9
Via een andere tussenpersoon	3,4	4,9	1,2	2,7
Totaal	106,8	102,4	110,7	102,7
Aantal ongewogen cases	59	41	84	110

Behoefte aan tussenpersoon wordt niet sterk aan gevoeld

- Planners van *teambuildings*, *meetcentives* en *meetings* die rechtstreeks boeken geven als hoofdreden om zelf te boeken aan dat het een eenvoudige activiteit betreft met een beperkt aantal aanbieders (respectievelijk 73%, 71% en 61%).
- Bij planners van een *congres aan de Kust* wordt dit door de helft van diegenen die rechtstreeks boeken aangehaald, samen met het antwoord dat ze liefst alles zelf organiseren. Daarnaast vinden deze congresplanners ook meer dat rechtstreeks werken goedkoper is dan via een tussenpersoon. Voor een *teambuilding* en een *meetcentive* wordt meer dan voor andere activiteiten aangegeven dat de informatie over het aanbod aan de Kust makkelijk te vinden is.

Tabel 40

Redenen om rechtstreeks te boeken bij organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013

Redenen voor rechtstreekse boekingen	Congres	Meeting	Meet- centive	Team- building
Eenvoudige activiteit met beperkt aantal aanbieders	51,0	60,6	70,8	73,2
Organiseren liefst alles zelf	49,0	21,2	36,1	32,4
Informatie over aanbod makkelijk te vinden	15,7	12,1	37,5	45,1
Rechtstreeks is goedkoper dan via tussenpersoon	35,3	18,2	30,6	26,8
Eigen database binnen organisatie	19,6	24,2	12,5	9,9
Inhoud pakketten voorstel tussenpersonen niet zo geschikt	0,0	3,0	8,3	5,6
Kende aanbieder al	5,9	3,0	4,2	5,6
Andere reden	2,0	0,0	1,4	0,0
Weet het niet	0,0	3,0	4,2	1,4
Totaal	178,4	145,5	205,6	200,0
Aantal ongewogen cases	51	33	72	71

Tussenpersoon wordt meest ingeschakeld omwille van zijn kennis van het aanbod

Weinig organisatoren schakelen een tussenpersoon in. Daardoor haalden we te weinig cases voor een opdeling naar type meeting activiteit. Men schakelt het meest een tussenpersoon in omdat men denkt dat deze het aanbod beter kent en het minder werk vraagt aan het eigen bedrijf of de vereniging. Wanneer men een tussenpersoon inschakelt, is het toch meestal het bedrijf of de vereniging zelf die de bestemming Kust bepaalt.

Grafiek 46

Redenen om te werken via tussenpersoon bij organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust, in %, Kust, 2013 (n=83)

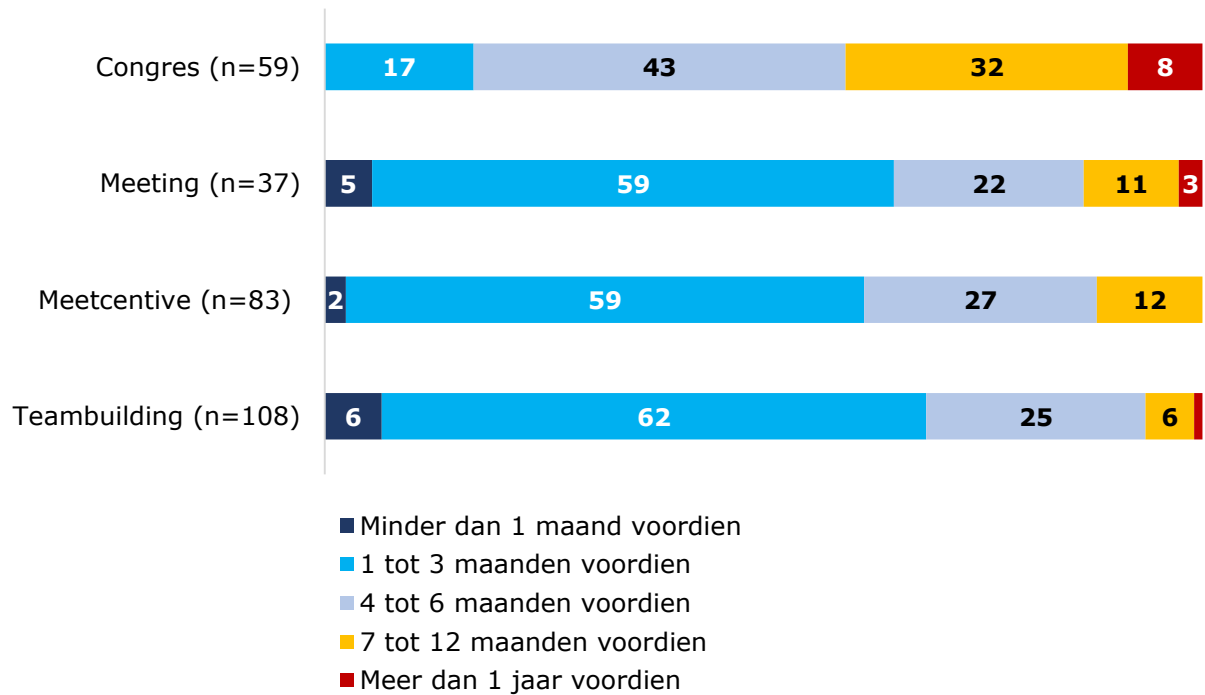


Congressen worden veel langer van vooraf gepland en gereserveerd

43% van de congressen worden 4 tot 6 maanden voordien gereserveerd, 32% 7 tot 12 maanden en 8% zelf meer dan een jaar voordien. De reservatieperiode is veel korter voor meetings, meetcentives en teambuildings, waarbij meer dan 60% in de laatste 3 maand voor de activiteit wordt geboekt.

Grafiek 47

Aantal maanden voor activiteit geboekt bij organisatoren van een meeting activiteit aan de Kust, in %, Kust, 2013 (n=83)



Perceptie van sterkten en zwakten van de Kust als meeting bestemming

Perceptie van de sterkten en zwakten bij alle bevroagde planners

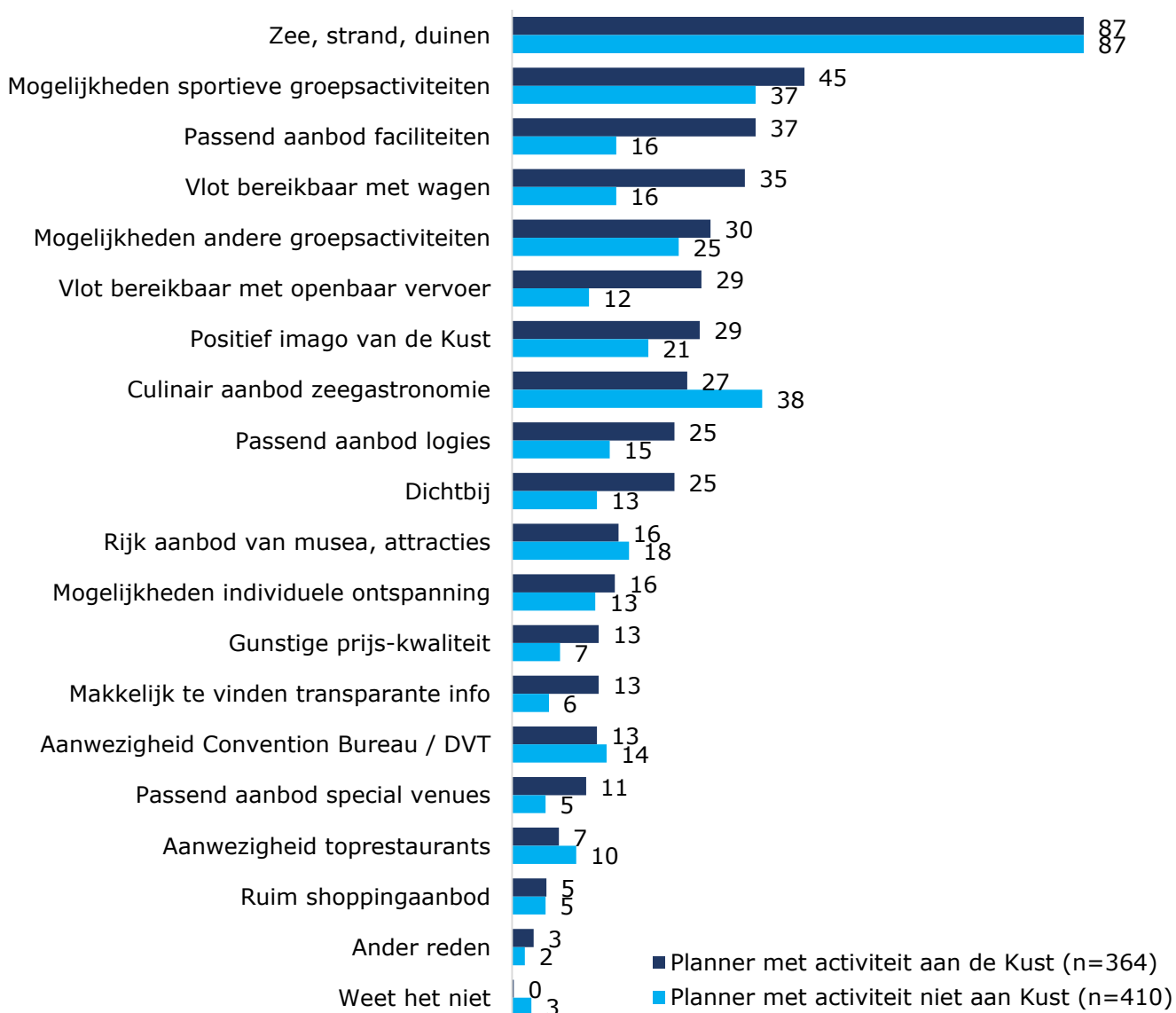
Aan alle planners (met al of niet een meeting activiteit aan de Kust in de vorige jaren, inclusief de tussenpersonen) werd gevraagd naar de sterkten en zwakten van de Kust als meeting bestemming.

De unieke omgeving van zee, strand en duinen is voor alle planners de grootste sterkte van de Kust

De planners met een meeting activiteit aan de Kust geven gemiddeld 4,7 sterkten op, deze zonder meeting activiteit geven slechts 3,6 sterkten op en kennen wellicht het aanbod van de Kust veel minder.

Grafiek 48

Perceptie van sterkten van de Kust als meeting bestemming bij alle planners (inclusief tussenpersonen) , al of niet met meeting activiteit aan de Kust, in %, Kust, 2013



Bij de planners die wel een meeting activiteit hadden aan zee komen verder als sterkten naar voren: de mogelijkheden voor sportieve groepsactiviteiten (45%), het passend aanbod van meeting faciliteiten (37%), de bereikbaarheid met de wagen (35%) en de mogelijkheden van andere groepsactiviteiten (30%).

Planners die de laatste drie jaren geen meeting activiteit aan de Kust organiseerden vinden naast het unieke aanbod van zee, strand en duinen ook de zeegastronomie een sterkte (38%), naast de mogelijkheden voor sportieve (37%) en andere (25%) groepsactiviteiten.

Opvallend uit deze analyse is dat het shopping aanbod, de aanwezigheid van toprestaurants, en special venues, een convention bureau of meeting cel niet als comparatieve sterkte van de Kust worden vermeld. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat in andere meeting bestemmingen als de kunststeden winkels, toprestaurants en convention bureau's ook sterk aanwezig zijn.

Onzekerheid over het weer, de perceptie van Kust als 'leisure' bestemming en de slechte bereikbaarheid met de wagen zijn veel vermelde zwakten

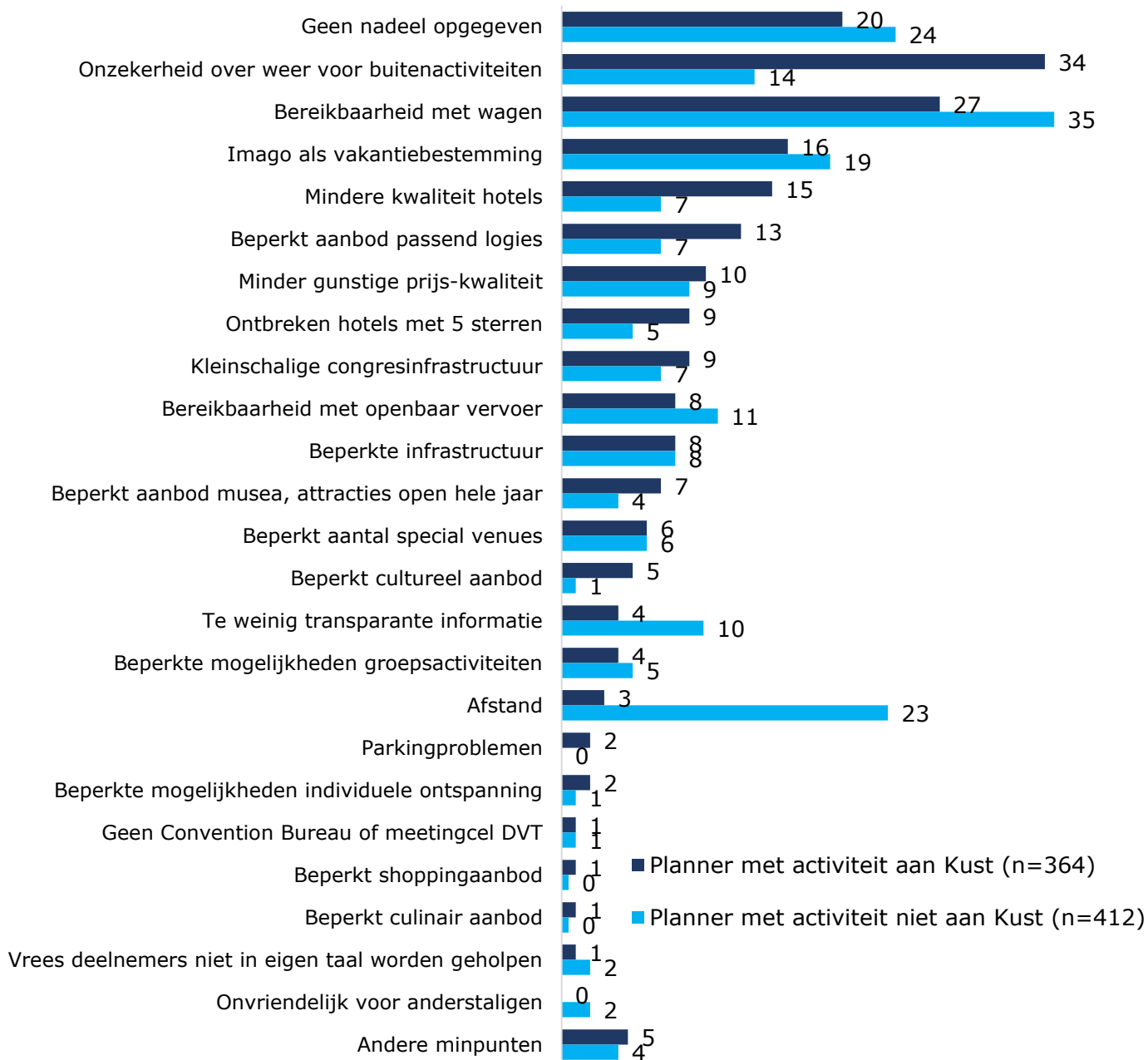
Algemeen gezien worden er minder zwakten opgesomd dan sterkten voor de Kust als meeting bestemming zelfs door de planners die geen activiteit aan de Kust hadden (1,9 zwakten door planners met een activiteit aan de Kust en 1,8 door planners met een activiteit buiten de Kust). Eén op vijf planners met een meeting activiteit aan zee geeft geen enkel nadeel op (20%). Bij planners met een meeting activiteit buiten de Kust ligt dit iets hoger (24%).

Planners met een meeting activiteit aan de Kust, die meer ervaring hebben met de Kust, vinden de onzekerheid over het weer in functie van buitenactiviteiten de belangrijkste zwakte van de Kust als meeting bestemming (34%). De bereikbaarheid met de wagen (27%), het imago als 'leisure' bestemming (16%), de mindere kwaliteit van de hotels (15%) en het beperkte aanbod van passend logies (13%) worden ook nog vermeld.

De planners die geen meeting activiteit aan de Kust organiseerden, vinden de bereikbaarheid van de Kust met de wagen (35%) de grootste zwakte van de Kust naast afstand (23%). Dit heeft te maken met het feit dat er meer organisatoren van buiten West-Vlaanderen tot deze categorie behoren, waardoor hun werknemers en deelnemers aan meeting activiteiten ook van verder moeten komen. Vervolgens vermelden deze planners ook nog als zwakte: het imago van de Kust als 'leisure' bestemming (19%), de onzekerheid over het weer voor buitenactiviteiten (14%) en de bereikbaarheid met het openbaar vervoer (11%).

Grafiek 49

Perceptie van de zwakten van de Kust als meeting bestemming bij type planners met en zonder een meeting activiteit aan de Kust, in %, Kust, 2013



Perceptie van de sterkten en zwakten naar type meeting activiteit bij organisatoren die een activiteit hadden aan de Kust

De unieke omgeving van zee, strand en duinen is dé grote sterkte van de Kust bij alle types van meeting activiteit

De omgeving van zee, strand en duinen wordt meest vermeld als troef van de Kust bij alle planners met een meeting aan de Kust (exclusief de tussenpersonen). Dit is meest uitgesproken bij teambuildings (93%). De aanwezigheid van de typische zeegastronomie is voor circa een vierde van de planners met een meeting activiteit aan de Kust een troef ongeacht het type van meeting activiteit.

Voor de andere sterkten zijn er duidelijk verschillen naar type activiteit

Tabel 41

Perceptie van de sterkten van de Kust bij planners met meeting activiteit aan de Kust naar type activiteit, in %, Kust, 2013

Sterkten van de Kust	Congres	Meeting	Meet- centive	Team- building
Zee, strand, duinen	83,1	73,2	82,1	92,7
Sportieve groepsactiviteiten	22,0	17,1	45,2	61,8
Passende faciliteiten	55,9	36,6	41,7	27,3
Vlot bereikbaar met wagen	47,5	36,6	27,4	30,0
Mogelijkheden diverse groepsactiviteiten	23,7	19,5	36,9	30,0
Positief imago van de Kust	35,6	22,0	32,1	25,5
Vlot bereikbaar met openbaar vervoer	47,5	34,1	23,8	20,9
Dichtbij	20,3	29,3	26,2	25,5
Passend aanbod logies	39,0	26,8	26,2	12,7
Specifieke zeegastronomie	22,0	17,1	22,6	25,5
Keuze individuele ontspanning	11,9	9,8	19,0	15,5
Aanbod musea, attracties	22,0	4,9	14,3	20,9
Makkelijk te vinden info	15,3	14,6	10,7	15,5
Gunstige prijs-kwaliteit	30,5	14,6	11,9	6,4
Aanwezigheid Convention Bureau/meeting cel	13,6	12,2	10,7	12,7
Aanbod special venues	13,6	2,4	7,1	15,5
Aanbod toprestaurants	3,4	2,4	6,0	7,3
Shopping aanbod	3,4	0,0	6,0	2,7
Ander reden	6,8	4,9	2,4	1,8
Weet het niet	1,7	0,0	0,0	0,0
Totaal	516,9	378,0	452,4	450,0
Aantal ongewogen cases	59	41	84	110

Congresplanners zien het meest sterkten voor de Kust en sommen gemiddeld 5,2 elementen op. Zij vermelden veel het passend aanbod van meeting faciliteiten (56%), en de vlotte bereikbaarheid, zowel met de wagen als met het openbaar vervoer (beide 48%). Dit laatste heeft te maken met het feit dat aan de Kust de meeste congressen plaatsvinden in Oostende, Knokke-Heist en Blankenberge, kustgemeenten die vlot en regelmatig te bereiken zijn vanuit het binnenland zeker met het openbaar vervoer.

Als belangrijke sterkten geven circa een derde van de congresplanners ook nog op: het passend aanbod van logies, het positief imago van de Kust en de gunstige prijs-kwaliteitsverhouding. Deze troeven komen sterker naar voren bij de congresplanners dan bij de andere meeting planners. Ook de aanwezigheid van special venues worden bij hen iets meer opgegeven.

Planners van meetings (planners van vergaderingen zonder nevenactiviteiten) geven gemiddeld 3,8 troeven. Ze vertonen een gelijkaardige perceptie over de Kust als meeting bestemming als deze van de congresplanners op volgende aspecten: meer dan 30% vermeldt het passend aanbod van meeting faciliteiten (37%) en de vlotte bereikbaarheid met de wagen (37%) en met het openbaar vervoer (34%). De nabijheid wordt iets meer als troef gezien, wat te maken heeft met het feit dat de planners van meetings vooral uit West-Vlaanderen afkomstig zijn.

Mogelijkheden voor sportieve of andere groepsactiviteiten zien deze planners minder als een troef voor Kust. Hetzelfde geldt voor de prijs-kwaliteitsverhouding, de aanwezigheid van special venues en shopping. Voor hen zijn die activiteiten ook minder belangrijk gezien ze enkel een vergadering organiseerden.

Planners van meetcentives sommen gemiddeld 4,5 troeven op. Hier komen de mogelijkheden voor sportieve activiteiten verbonden aan zee en strand (45%) en mogelijkheden voor andere groepsactiviteiten (37%) veel sterker naar voren, samen met de aanwezigheid van passend aanbod van meeting faciliteiten (42%). Daarmee sluiten ze meer aan bij de organisatoren van teambuildings maar zij waarderen evenwel ook de gepaste meeting locaties.

Organisatoren van teambuildings geven gemiddeld 4,5 troeven op. Voor bijna twee derde van deze organisatoren zijn de mogelijkheden voor sportieve groepsactiviteiten (62%) een heel belangrijke sterkte van de Kust. Bijna een derde vermeldt ook de mogelijkheden tot andere types van groepsactiviteiten (30%).

Minder dan de andere planners vermelden zij een passend aanbod van logies (slechts 13%). Veel teambuildings vinden plaats zonder overnachting (zie eerder). De Kust heeft op dit marktsegment een minder een comparatief voordeel door een gunstige prijs-kwaliteitsverhouding (6%).

De moeilijke bereikbaarheid met de wagen en de onzekerheid over het weer zijn de belangrijkste zwakten van de Kust als meeting bestemming bij de organisatoren die een meeting hadden aan de Kust

Tabel 42

Perceptie van de zwakten van de Kust als meeting bestemming bij planners met een activiteit aan de Kust in de laatste drie jaar, in %, Kust, 2013

Zwakten van de Kust	Congres	Meeting	Meet-centive	Team-building
Geen nadeel opgegeven	20,3	31,7	21,4	23,6
Onzekerheid over het weer voor buitenactiviteiten	20,3	19,5	38,1	39,1
Bereikbaarheid met wagen	22,0	29,3	31,0	24,5
Imago als vakantiebestemming	13,6	7,3	14,3	11,8
Mindere kwaliteit hotels	8,5	7,3	14,3	7,3
Bereikbaarheid openbaar vervoer	8,5	7,3	13,1	8,2
Minder gunstige prijs-kwaliteit	15,3	4,9	11,9	4,5
Beperkt aanbod passend logies	15,3	2,4	10,7	6,4
Ontbreken hotels met 5*	8,5	7,3	7,1	9,1
Beperkt aanbod musea/attracties open hele jaar	5,1	0,0	11,9	5,5
Kleinschalige congresinfrastructuur	8,5	7,3	8,3	4,5
Beperkte meeting infrastructuur	13,6	2,4	7,1	3,6
Beperkte mogelijkheden groepsactiviteiten	3,4	0,0	8,3	4,5
Parkingproblemen	1,7	4,9	2,4	2,7
Beperkt aantal special venues	13,6	2,4	1,2	4,5
Beperkt cultureel aanbod	1,7	0,0	3,6	4,5
Afstand	3,4	7,3	1,2	0,9
Te weinig transparante informatie	5,1	2,4	2,4	1,8
Beperkt individuele ontspanningsmogelijkheden	1,7	2,4	0,0	1,8
Beperkt shopping aanbod	0,0	2,4	1,2	0,0
Geen Convention Bureau of meeting cel DVT	1,7	0,0	1,2	0,9
Beperkt culinair aanbod	0,0	0,0	1,2	0,9
Niet in eigen taal aangesproken	1,7	0,0	1,2	0,0
Andere minpunten	3,4	2,4	3,6	9,1
Totaal	176,3	119,5	195,2	156,4
Aantal ongewogen cases	59	41	84	110

De slechte bereikbaarheid met de wagen wordt door de planners van de diverse meeting activiteiten het meest vermeld als zwakte voor de Kust, iets meer voor meetcentives waarvan we weten dat de organisatoren meer afkomstig zijn van Brussel en de rand.

Bij de organisatoren van congressen zijn ook volgende elementen relatief belangrijk als zwakte: de minder gunstige prijs-kwaliteit, het niet altijd gepast logies, de beperkte keuze in meeting infrastructuur en in special venues en het imago van de Kust als 'leisure' bestemming.

Voor *organisatoren van meetings* aan de Kust worden naast de moeilijke bereikbaarheid met de wagen en de onzekerheid van het weer, niet veel andere elementen als zwakte opgegeven.

Voor *planners van meetcentives* en teambuildings is de onzekerheid over het weer een relatief belangrijke zwakte gezien zij zich meer oriënteren op buitenactiviteiten verbonden aan zee en strand.

Andere zwakten opgegeven door de organisatoren van meetcentives: het imago van de Kust als 'leisure' bestemming, de mindere kwaliteit van de kusthotels, de bereikbaarheid met het openbaar vervoer, de minder gunstige prijs-kwaliteit en het niet gepast logiesaanbod.

Het valt op dat parkingproblemen, beperkt cultureel aanbod, beperkte individuele ontspanningsmogelijkheden en shoppingaanbod niet als zwakten voor de Kust worden vermeld.

Perceptie van de sterkten en zwakten van de Kust als meeting bestemming bij professionele tussenpersonen

Tussenpersonen met een meeting activiteit aan de Kust vermelden meer sterkten dan deze die geen meeting aan de Kust hadden

Tabel 43

Perceptie van de sterkten van de Kust als meeting bestemming bij tussenpersonen, in %, Kust, 2013

Sterkten van de Kust	Tussen-persoon met meeting aan Kust	Tussen-persoon met meeting buiten Kust	Totaal tussenpersonen
Zee, strand, duinen	96,4	85,0	90,4
Sportieve groepsactiviteiten	56,4	46,7	51,3
Specifieke zeegastronomie	40,0	50,0	45,2
Mogelijkheden diverse groepsactiviteiten	40,0	31,7	35,7
Vlot bereikbaar met wagen	49,1	15,0	31,3
Dichtbij	25,5	28,3	27,0
Positief imago van de Kust	25,5	20,0	22,6
Vlot bereikbaar met openbaar vervoer	30,9	11,7	20,9
Aanwezigheid Convention Bureau / meeting cel	12,7	28,3	20,9
Passend aanbod logies	29,1	10,0	19,1
Passende faciliteiten	27,3	10,0	18,3
Aanbod toprestaurants	16,4	20,0	18,3
Aanbod musea, attracties	16,4	15,0	15,7
Keuze individuele ontspanning	18,2	8,3	13,0
Gunstige prijs-kwaliteit	10,9	13,3	12,2
Aanbod special venues	16,4	6,7	11,3
Makkelijk te vinden info	10,9	6,7	8,7
Shopping aanbod	12,7	5,0	8,7
Ander reden	3,6	0,0	1,7
Weet het niet	0,0	0,0	0,0
Totaal (in %)	538,2	411,7	472,2
Aantal ongewogen cases	55	60	115

Tussenpersonen die één of meerdere meeting activiteiten aan de Kust organiseerden sommen gemiddeld 5,4 sterkten op, deze die geen activiteit aan de Kust hadden, gemiddeld 4,1.

Ook bij de tussenpersonen, of ze al of niet een activiteit hadden aan de Kust, is de unieke omgeving van zee, strand en duinen het grootste comparatief voordeel van de Kust als bestemming voor een meeting activiteit (96 en 85%). Velen van hen geven verder als sterkte op: de mogelijkheden zowel voor sportieve groepsactiviteiten verbonden aan zee en strand als voor andere groepsactiviteiten en de specifieke zeegastronomie.

Bij de tussenpersonen die wel een activiteit organiseerden aan de Kust is ook de bereikbaarheid met de wagen en deze met de trein een troef. Het is duidelijk dat diegenen die geen activiteit organiseerden aan de Kust dit niet zo vonden en dit veel minder als een troef beschouwen.

Tussenpersonen geven meer zwakten op dan de organisatoren van meeting activiteiten zelf

Tabel 44

Perceptie van de zwakten van de Kust als meeting bestemming bij tussenpersonen, in %, Kust, 2013

Zwakten van de Kust	Tussen- persoon met meeting aan de Kust	Tussen- persoon met meeting buiten Kust	Totaal tussen- personen
Geen nadeel opgegeven	5,5	10,0	7,6
Onzekerheid over weer voor buitenactiviteiten	45,5	31,7	38,9
Imago als vakantiebestemming	36,4	38,3	37,3
Bereikbaarheid wagen	23,6	40,0	31,5
Mindere kwaliteit hotels	41,8	15,0	29,0
Beperkt aanbod passend logies	34,5	16,7	26,0
Kleinschalige congresinfrastructuur	20,0	16,7	18,4
Beperkte meeting infrastructuur	18,2	16,7	17,5
Ontbreken 5* hotels	18,2	15,0	16,7
Minder gunstige prijs-kwaliteit	20,0	11,7	16,0
Te weinig transparante informatie	10,9	20,0	15,3
Beperkt aanbod musea, attracties open hele jaar	12,7	16,7	14,6
Beperkt aantal special venues	10,9	18,3	14,5
Afstand	7,3	18,3	12,6
Beperkt cultureel aanbod	16,4	6,7	11,7
Bereikbaarheid openbaar vervoer	1,8	13,3	7,3
Beperkte individuele ontspanningsmogelijkheden	3,6	6,7	5,1
Beperkte mogelijkheden groepsactiviteiten	0,0	10,0	4,8
Beperkt shopping aanbod	3,6	3,3	3,5
Geen Convention Bureau of meeting cel DVT	1,8	5,0	3,3
Beperkt culinair aanbod	3,6	0,0	1,9
Parkingproblemen	1,8	0,0	0,9
Onvriendelijk voor anderstaligen	0,0	1,7	0,8
Niet in eigen taal aangesproken	0,0	0,0	0,0
Andere minpunten	1,8	6,7	4,1
Totaal (in %)	334,5	328,3	331,6
Aantal ongewogen cases	55	60	115

Tussenpersonen geven gemiddeld 3,3 tot 3,4 zwakten op en er is slechts een klein percent dat geen nadelen opgeeft (6% en 10%).

Bij de *tussenpersonen met een activiteit aan de Kust*, hebben de zwakten het meest te maken met de onzekerheid over het weer (46%), de minder goede kwaliteit van de hotels (42%), het imago van de Kust als 'leisure' bestemming (36%) en met het beperkt aanbod van passend logies (35%).

Bij de *tussenpersonen die geen activiteit hadden aan de Kust*, wordt meest de slechte bereikbaarheid met de wagen (40%) vermeld, gevolgd door het imago van de Kust als 'leisure' bestemming (38%) en de onzekerheid van het weer (32%).

6.4 Tevredenheid

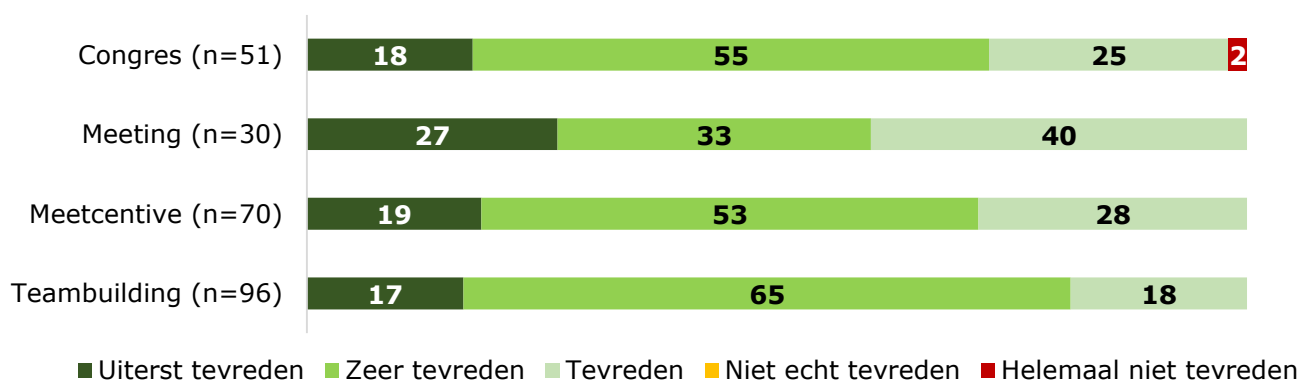
6.4.1 Algemene tevredenheid

Organisatoren van alle types van meeting activiteiten zijn in het algemeen erg tevreden over de Kust als meeting bestemming

Organisatoren van teambuildings zijn iets meer tevreden met een groter aandeel dat zeer tot uiterst tevreden is. Organisatoren van meetings zijn iets meer 'gewoon' tevreden.

Grafiek 50

Tevredenheid over de Kust als meeting bestemming naar type activiteit bij organisatoren van meeting activiteiten aan de Kust, in %, Kust, 2013



De tevredenheid is het hoogst over de ontspannende, inspirerende omgeving van de Kust

Naast de algemene tevredenheid werd bij de organisatoren ook de tevredenheid bevraagd over verschillende detailsaspecten van de Kust als meeting bestemming. Informatie over faciliteiten en dienstverleners aan de Kust en de prijs-kwaliteitsverhouding zijn werkpunten voor alle organisatoren. We bespreken de tevredenheid op deze aspecten per type organisator in de volgende grafieken.

Indien een aspect niet van toepassing was voor een organisator kon hij/zij antwoorden met 'niet van toepassing'. Hierna worden enkel de antwoorden weergegeven van de organisatoren die een tevredenheidsantwoord hebben ingevuld maar zijn de aspecten met veel antwoorden 'niet van toepassing' in het rood aangeduid. Dit betekent dat voor deze meeting activiteit dit element minder belangrijk is gezien er veel 'niet van toepassing' antwoorden werden gegeven (kleine n's).

Congresorganisatoren zijn uitgesproken tevreden over de *ontspannende omgeving* (69% is zeer tot uiterst tevreden). Daarna volgen de tevredenheid over de *bereikbaarheid met het openbaar vervoer* (61% zeer tot uiterst tevreden) en over de levendige sfeer (58% zeer tot uiterst tevreden). De hoge score op deze laatste elementen heeft wellicht te maken met het feit dat congressen het meest georganiseerd worden in de kuststeden met voldoende grote capaciteit (Oostende, Blankenberge en Knokke-Heist), drie grotere kustgemeenten die makkelijk met het openbaar vervoer te bereiken zijn en als stedelijke omgevingen gekenmerkt worden door een zekere levendigheid. 48% van de congresorganisatoren die gebruik gemaakt hebben van een Convention Bureau of een Dienst voor Toerisme geeft aan zeer tot uiterst tevreden te zijn over de verkregen ondersteuning.

Aspecten waar congresorganisatoren minder tevreden over zijn én relevant zijn voor hen: de prijs-kwaliteitsverhouding (46% zeer tot uiterst tevreden), mogelijkheden voor groepsactiviteiten (48% zeer tot uiterst tevreden) en informatie over faciliteiten en dienstverleners (48% zeer tot uiterst tevreden).

Organisatoren van meetings zijn iets kritischer dan de congresorganisatoren. Een groter aandeel is gewoon tevreden in plaats van zeer tot uiterst tevreden. Net zoals congresorganisatoren, zijn meeting organisatoren het meest tevreden over de *ontspannende omgeving van de Kust* (52% zeer tot uiterst tevreden), de bereikbaarheid met de wagen (47%), de levendige sfeer (46%).

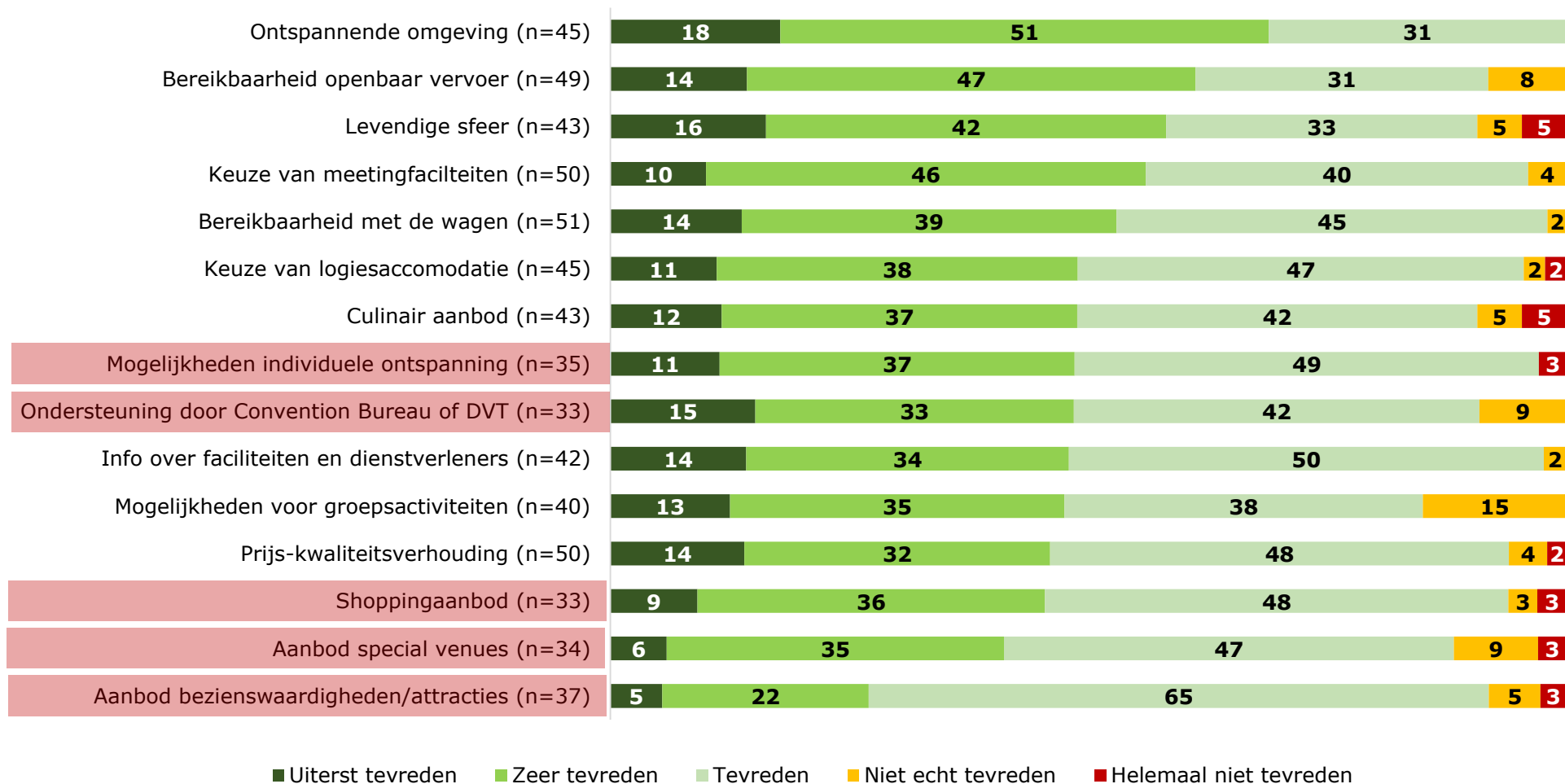
Meeting organisatoren zijn minder tevreden over volgende, voor hen relevante aspecten: de beschikbare informatie over aanwezige faciliteiten en dienstverleners (27% zeer tevreden en niemand uiterst tevreden), de prijs-kwaliteitsverhouding voor meetings aan de Kust (27% zeer tot uiterst tevreden) en de mogelijkheden voor individuele ontspanning voor de deelnemers (29% zeer tevreden). Dit laatste kan te maken hebben met het feit dat meetings meer gespreid over de Kust plaatsvinden waarbij in sommige locaties buiten het seizoen minder horeca open is.

Organisatoren van meetcentives zijn ook het meest tevreden over de ontspannende omgeving. (71% zeer tot uiterst tevreden). Zij zijn ook erg tevreden over het culinair aanbod en de mogelijkheden tot individuele ontspanning. Deze organisatoren zijn minder tevreden over volgende, voor hen relevante, aanbodselementen: het aanbod van bezienswaardigheden en attracties open het hele jaar (21% zeer tot uiterst tevreden), de prijs-kwaliteitsverhouding (29% zeer tot uiterst tevreden) en de beschikbare informatie over aanwezige faciliteiten en dienstverleners (33% zeer tot uiterst tevreden).

Organisatoren van teambuildings zijn globaal het meest tevreden (zie hiervoor). Dit merk je ook in de onderstaande detailsaspecten. Net als bij alle andere organisatoren scoort de *ontspannende omgeving van de Kust* hier het hoogst (75% zeer tot uiterst tevreden). Ook de mogelijkheden voor groepsactiviteiten krijgen een hoge score (62% zeer tot uiterst tevreden). De relevante aspecten waarover de planners van teambuildings minder tevreden zijn: de keuze van faciliteiten voor teambuildings (32% zeer tot uiterst tevreden), het aanbod van bezienswaardigheden en attracties open het hele jaar (33% zeer tot uiterst tevreden), de beschikbare informatie over aanwezige faciliteiten en dienstverleners (37% zeer tot uiterst tevreden) en de prijs-kwaliteitsverhouding (37% zeer tot uiterst tevreden).

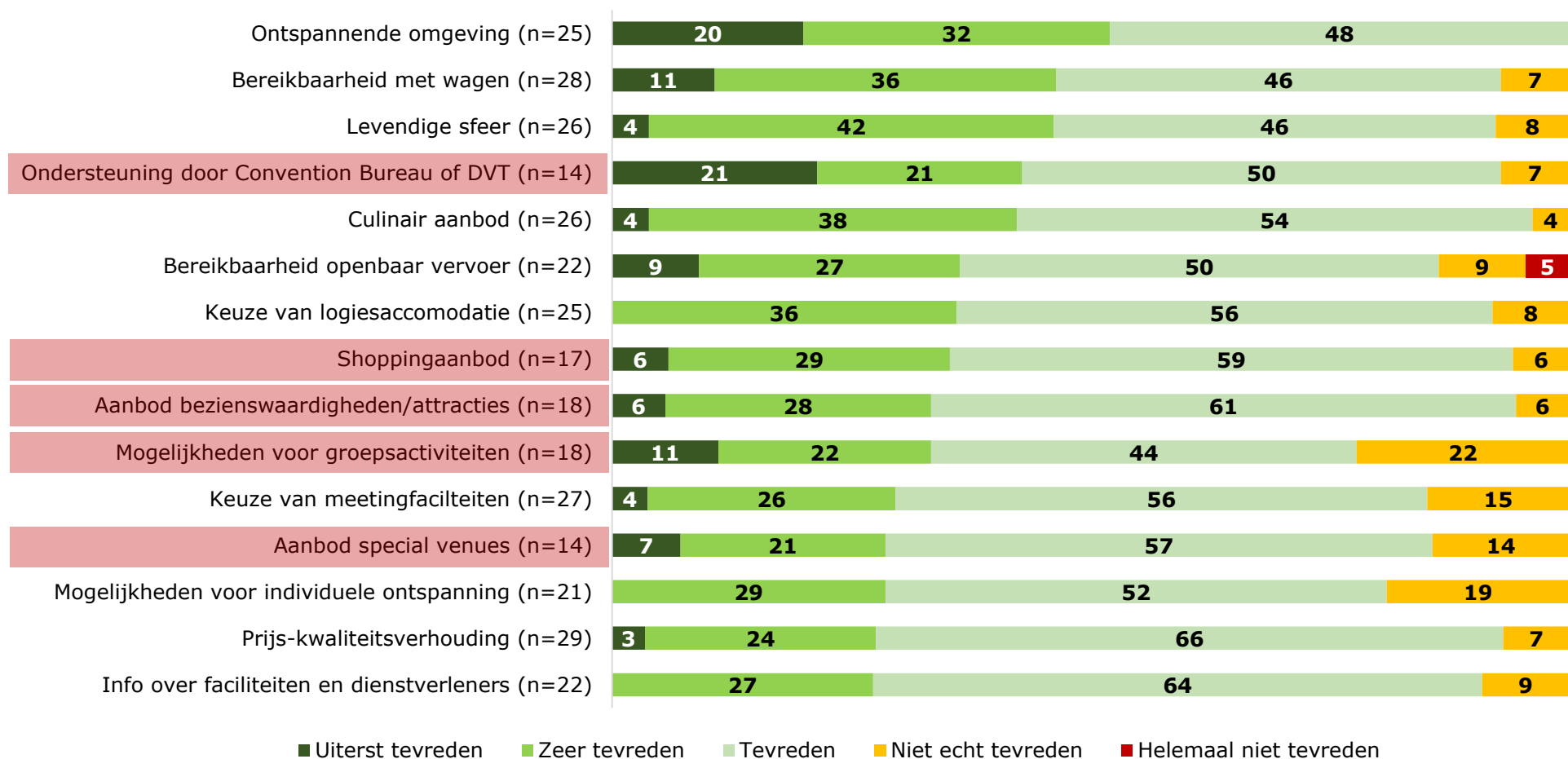
Grafiek 51

Tevredenheid bij congresorganisatoren over diverse aanbod elementen van de Kust als meeting bestemming, in %, Kust, 2013



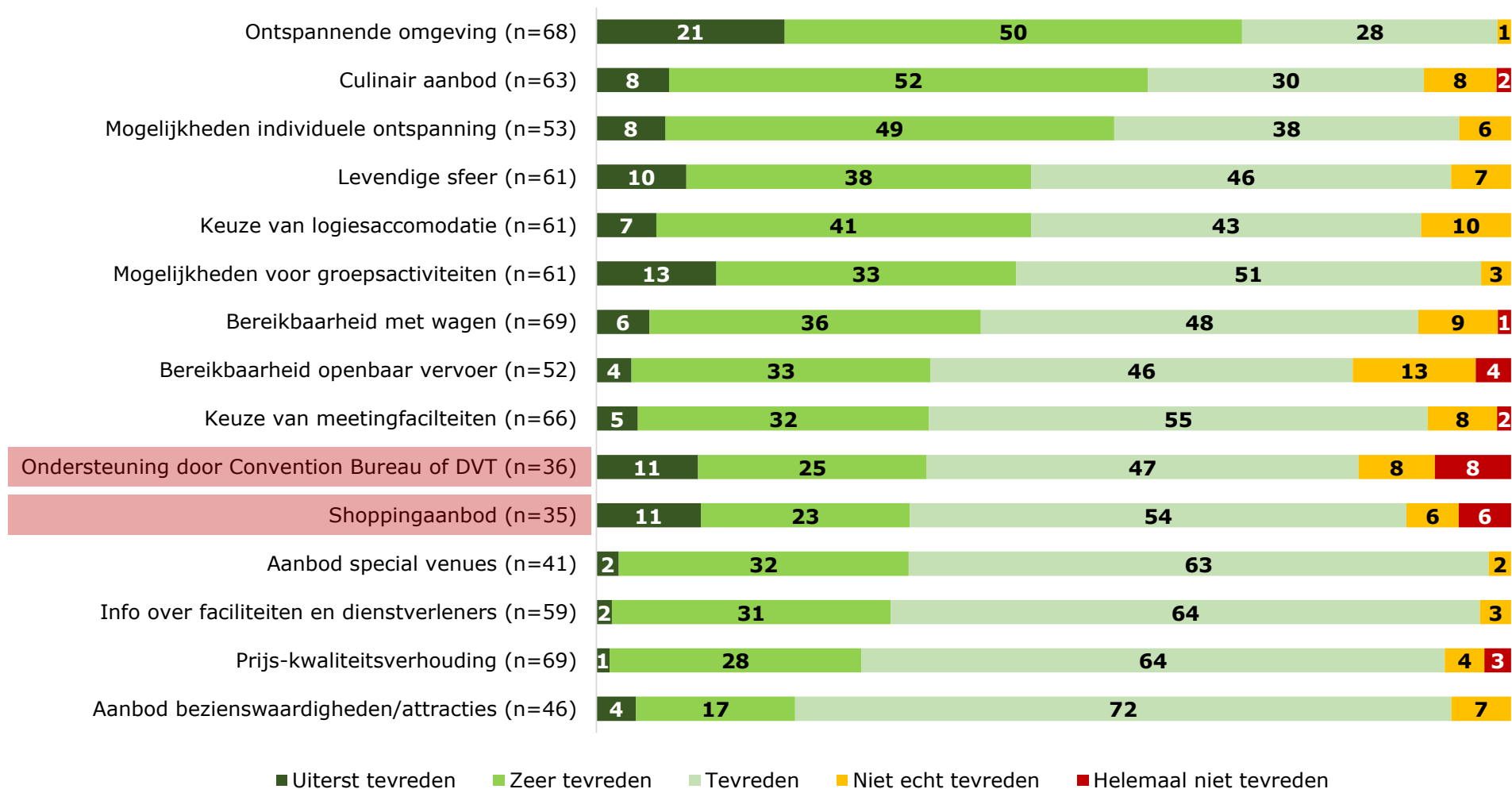
Grafiek 52

Tevredenheid bij organisatoren van meetings over diverse aanbod elementen van de Kust als meeting bestemming, in %, Kust, 2013



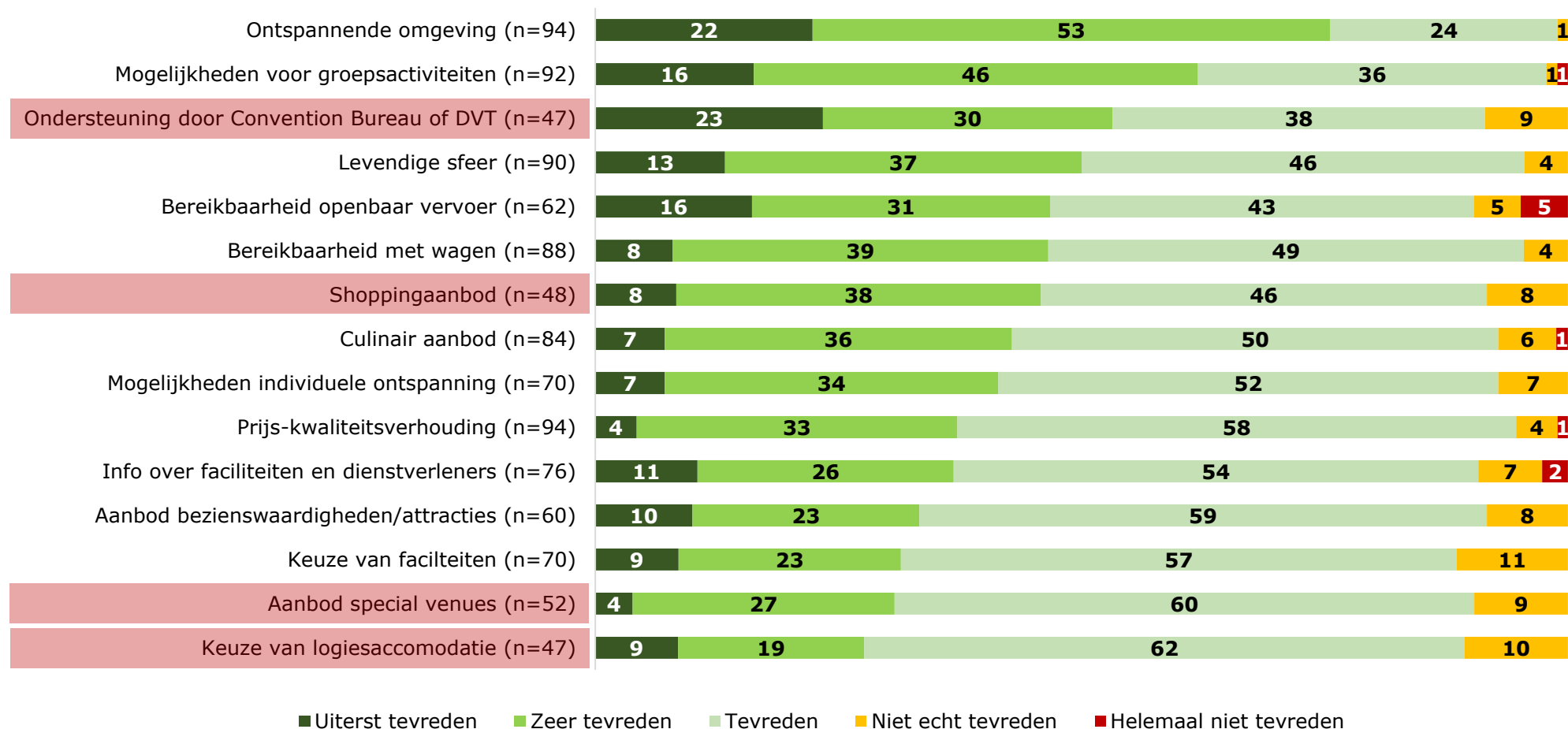
Grafiek 53

Tevredenheid bij organisatoren van meetcentives over diverse aanbod elementen van de Kust als meeting bestemming, in %, Kust, 2013



Grafiek 54

Tevredenheid bij organisatoren van teambuildings over diverse aanbod elementen van de Kust als meeting bestemming, in %, Kust, 2013



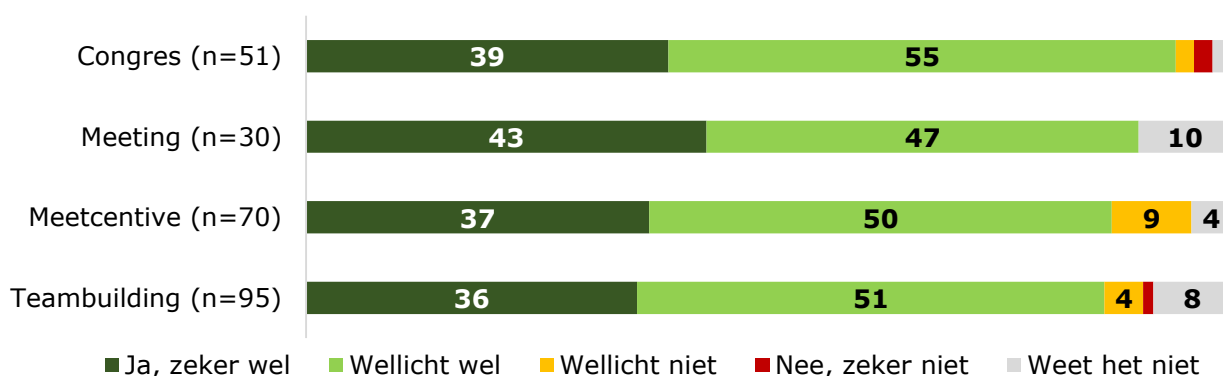
Intentie tot herhaalbezoek voor een meeting activiteit aan de Kust

De intentie voor een herhaalbezoek is ook een belangrijke maatstaf voor de tevredenheid van de organisatoren met de Kust als meeting bestemming.

De intentie tot herhaalbezoek voor een meeting activiteit is het hoogst bij de organisatoren van meetings. Maar ook bij de organisatoren van congressen, meetcentives en teambuildings is de intentie voor herhaalbezoek hoog maar iets minder zeker.

Grafiek 55

Intentie tot herhaalbezoek aan de Kust voor een meeting activiteit naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Suggesties van tussenpersonen en planners voor het verbeteren van de Kust als meeting bestemming

Aan de professionele tussenpersonen en planners werd gevraagd welke acties de Kust kan ondernemen om de meeting industrie te ondersteunen.

Allen pleiten voor **meer promotie voor de Kust als een geschikte professionele meeting bestemming**. De Kust wordt te vaak gezien als een 'leisure' bestemming, en te weinig als een bestemming waar men professioneel kan vergaderen in een ontspannende en inspirerende omgeving. Deze promotie kan op verschillende domeinen gebeuren: via een imago-campagne, inspiratiemomenten om nieuwe meeting locaties te laten ontdekken of een nieuwsbrief op kustniveau met voldoende content.

Naast meer promotie geven planners aan dat **ook voldoende mogelijkheden voor groepsactiviteiten bij minder goed weer** moeten worden aangeboden.

Bij professionele tussenpersonen komt ook het stimuleren van **de kwaliteit in het meeting logies** naar voor, samen met de behoefte aan een **grotere diversiteit in restaurants** waar met meeting groepen kan gedineerd worden op momenten in de week buiten het hoogseizoen.

Tabel 45

Suggesties voor verbeteren van de Kust als meeting bestemming, in %, Kust, 2013

Suggesties	Congres- planner met activiteit buiten de Kust	Meeting planner met activiteit buiten de Kust	Tussen- persoon met activiteit aan de Kust	Tussen- persoon met activiteit buiten de Kust
Meer promotie voor Kust als meeting bestemming	44,9	41,0	41,5	53,3
Groepsactiviteiten slecht weer	32,7	45,5	22,6	15,0
Schaalvergroting hotels	25,2	13,5	39,6	25,0
Betere congresinfrastructuur	25,2	0,6	30,2	35,0
Competitieve prijzen	24,3	25,8	30,2	21,7
Stimuleren kwaliteit hotels	22,4	18,0	47,2	41,7
Voldoende reca open in week	22,4	20,8	11,3	6,7
Musea/attracties inschakelen	21,5	26,4	15,1	11,7
Meer ondersteuning bij organiseren meeting activiteit	11,2	17,4	15,1	18,3
Meer diversiteit in restaurants	2,8	5,1	45,3	33,3
Imago verbeteren bij Waalse organisaties	1,9	1,1	0,0	0,0
Meer shopping aanbod	0,0	0,6	24,5	20,0
Betere technische uitrusting van vergaderzalen	0,0	0,6	0,0	0,0
Andere	6,5	2,2	7,5	8,3
Weet het niet	12,1	14,0	1,9	5,0
Totaal	241,1	218,5	330,2	290,0
Aantal ongewogen cases	107	178	53	60

6.4.2 Tevredenheid over de meeting locatie aan de Kust

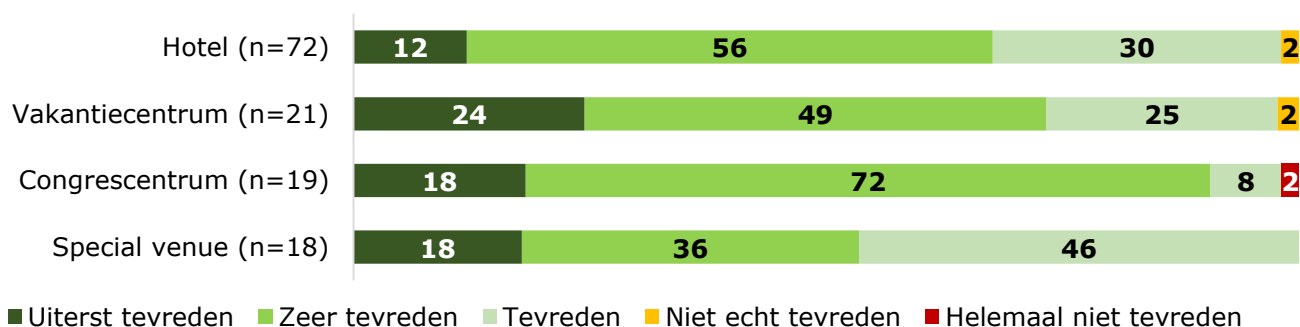
Organisatoren zijn in het algemeen erg tevreden over de meeting locatie

Organisatoren in congrescentra (90% zeer tot uiterst tevreden) en vakantiecentra (73% zeer tot uiterst tevreden) geven de hoogste algemene tevredenheid over de meeting locatie.

Organisatoren in een hotel zijn ook erg tevreden (68% zeer tot uiterst tevreden). Bij de special venues zijn minder organisatoren zeer tot uiterst tevreden (54%).

Grafiek 56

Tevredenheid over de meeting locatie naar type locatie, in %, Kust, 2013



Tevredenheid over diverse aanbodelementen van de meeting locatie

Organisatoren in hotels zijn het meest tevreden over de flexibiliteit in de dienstverlening (56% zeer tot uiterst tevreden), het professionalisme van het personeel, de inrichting van de meeting ruimte en de afhandeling van de offerte-aanvraag (bij alle drie is 50% zeer tot uiterst tevreden). Over de prijs-kwaliteitsverhouding is men minder tevreden (35% zeer tot uiterst tevreden), gevolgd door parkingfaciliteiten voor de deelnemers en de kwaliteit van de catering (beiden 39% zeer tot uiterst tevreden).

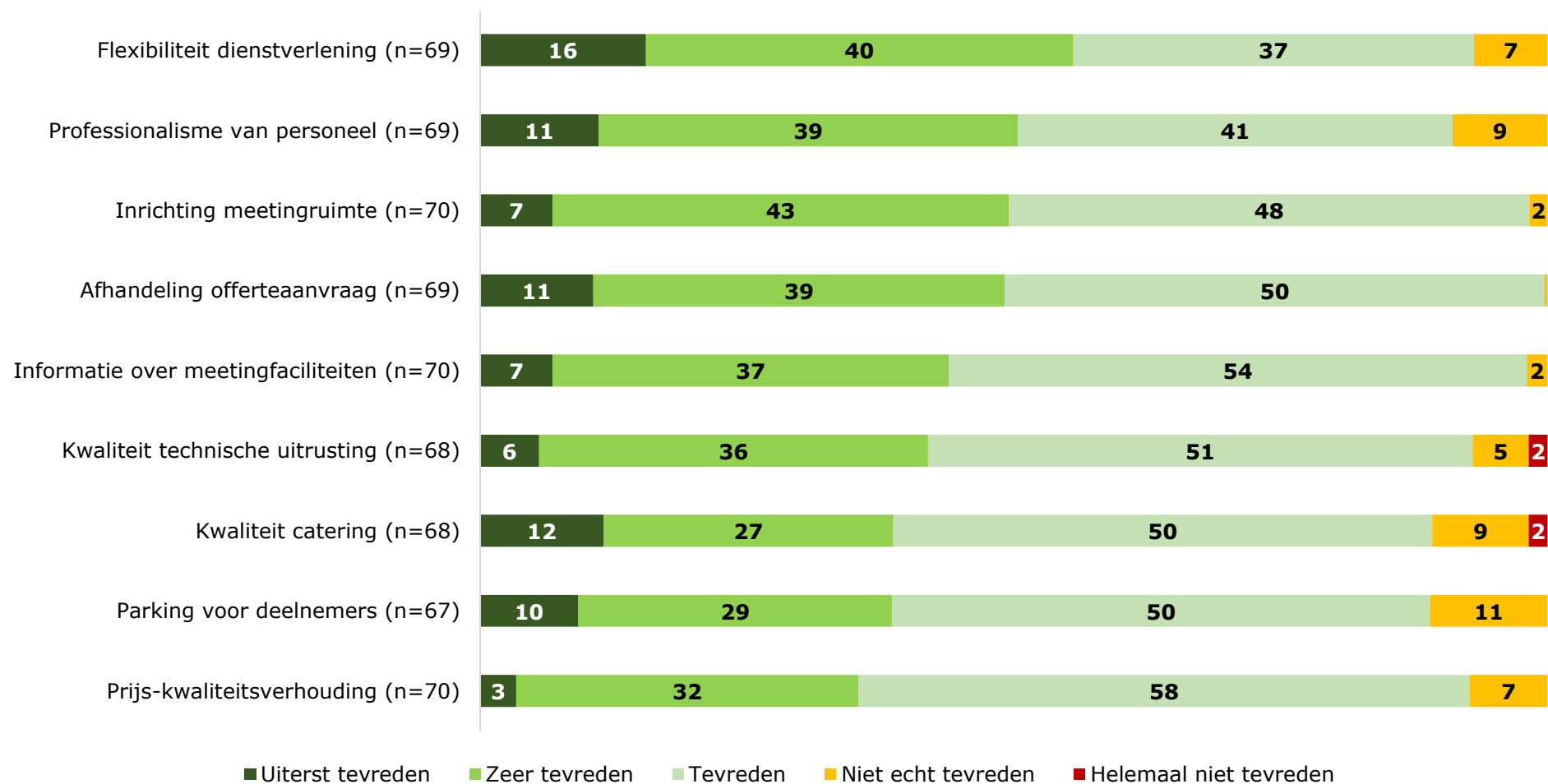
Organisatoren in vakantiecentra zijn erg tevreden over de flexibiliteit van de dienstverlening (86% zeer tot uiterst tevreden) en de afhandeling van de offerte-aanvraag (80% zeer tot uiterst tevreden). Ook over de parking voor deelnemers is men zeer tevreden (69% zeer tot uiterst tevreden). Aspecten waaraan gewerkt kan worden zijn het aanbieden van informatie over de beschikbare meeting faciliteiten (39% zeer tot uiterst tevreden), de kwaliteit van de catering (39% zeer tot uiterst tevreden) en de inrichting van de meeting ruimte (17% niet echt tevreden).

Organisatoren in een congrescentrum zijn het meest tevreden over de informatie over de meeting faciliteiten (69% is zeer tot uiterst tevreden), op de voet gevolgd door de flexibiliteit in de dienstverlening (68% is zeer tot uiterst tevreden). Minder tevreden zijn ze over de prijs-kwaliteitsverhouding (24% zeer tot uiterst tevreden), parking voor deelnemers (33% zeer tot uiterst tevreden en 21% ontevreden) en de kwaliteit van de catering (48% zeer tot uiterst tevreden).

Organisatoren in special venues zijn zeer tevreden over de afhandeling van de offerte-aanvraag (75% zeer tot uiterst tevreden), gevolgd door parking voor deelnemers (70% zeer tot uiterst tevreden). Daarna volgt de prijs-kwaliteitsverhouding (53% zeer tot uiterst tevreden). De kwaliteit van de technische uitrusting in special venues kan beter (slechts 18% zeer tot uiterst tevreden en 11% niet echt tevreden), net zoals de inrichting van de meeting ruimtes (28% zeer tot uiterst tevreden) en de informatie over meeting faciliteiten (35% zeer tot uiterst tevreden).

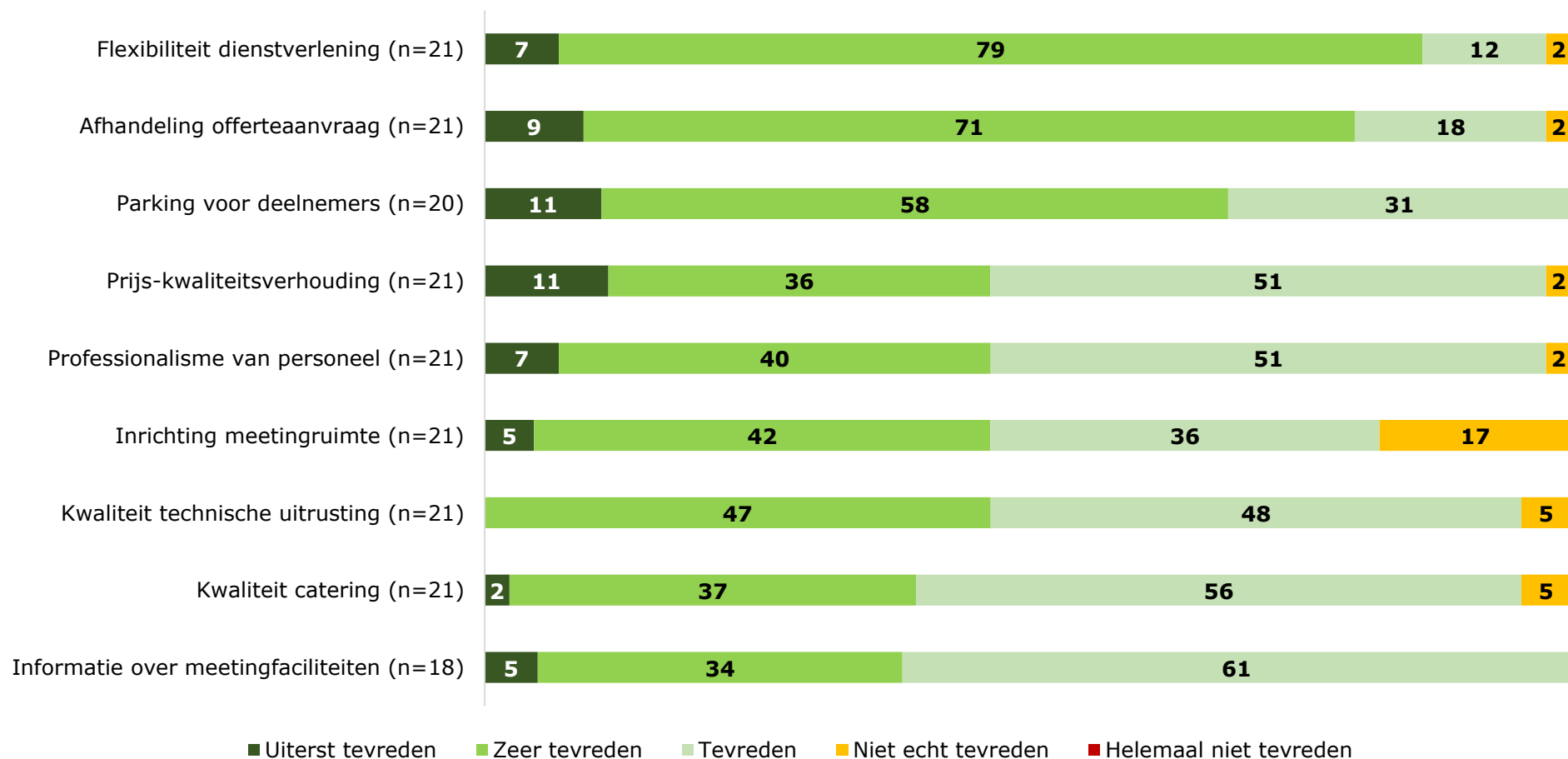
Grafiek 57

Tevredenheid over diverse aanbod elementen van de meeting locatie bij hotels, in %, Kust, 2013



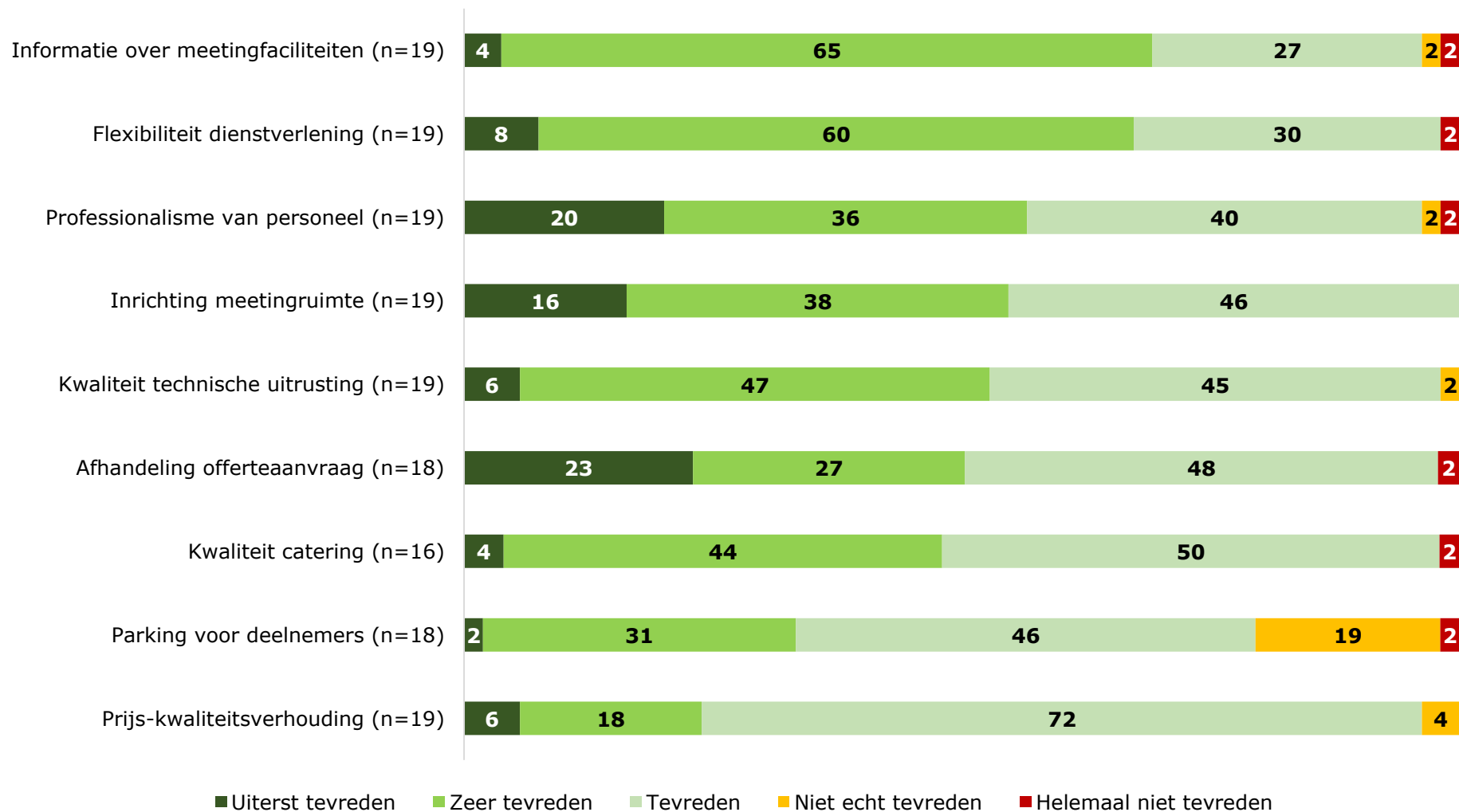
Grafiek 58

Tevredenheid over diverse aanbod elementen van de meeting locatie bij vakantiecentra, in %, Kust, 2013



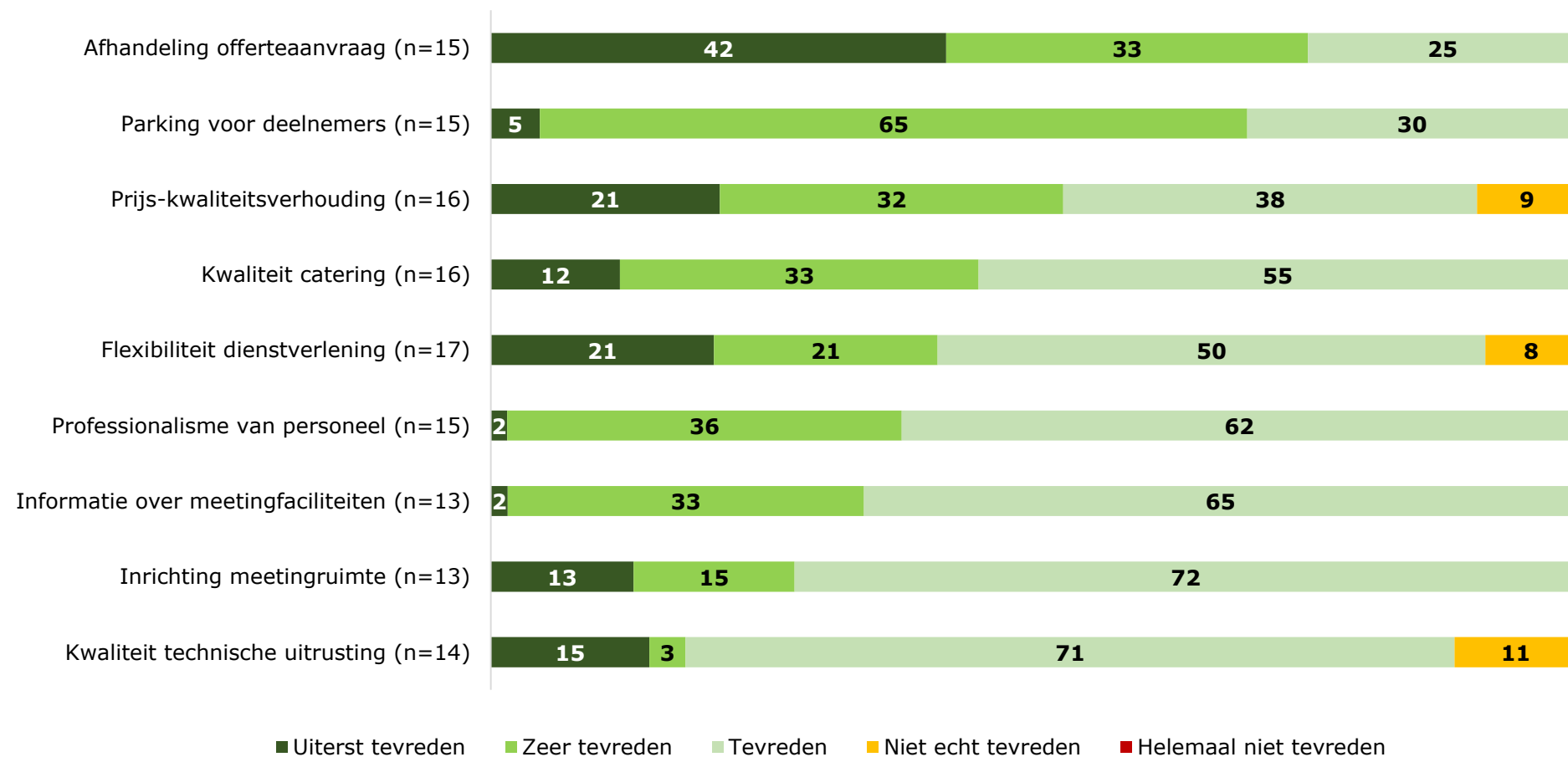
Grafiek 59

Tevredenheid over diverse aanbod elementen van de meeting locatie bij congrescentra, in %, Kust, 2013



Grafiek 60

Tevredenheid over diverse aanbod elementen van de meeting locatie bij special venues, in %, Kust, 2013



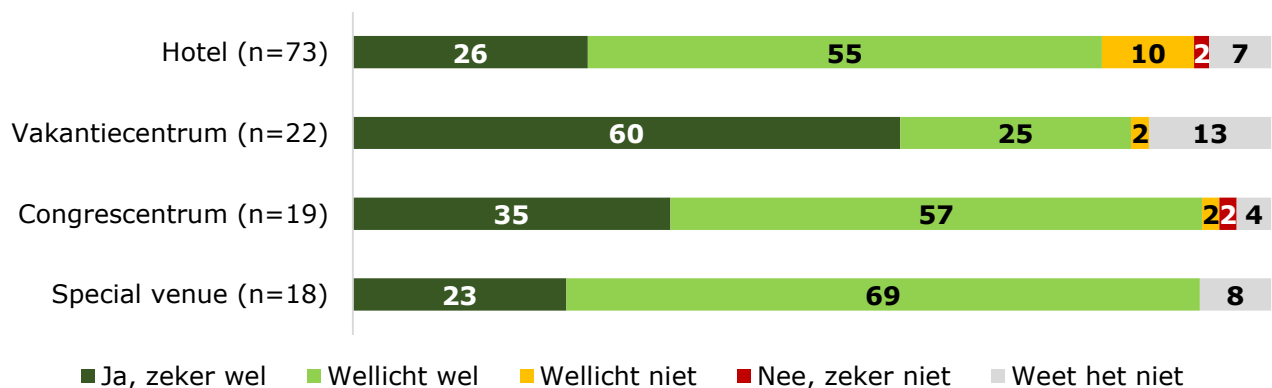
Intentie tot herhaalbezoek aan de meeting locatie

De intentie tot herhaalbezoek in dezelfde meeting locatie ligt het hoogst bij vakantiecentra: 60% van de organisatoren geeft aan zeker nog eens terug te keren voor een meeting activiteit, 25% wellicht nog eens.

Ook bij congrescentra en special venues ligt de intentie tot herhaalbezoek hoog: 92% geeft aan wellicht tot zeker nogmaals gebruik te maken van dezelfde meeting locatie. Bij organisatoren in hotels ligt dit op 81%.

Grafiek 61

Intentie tot herhaalbezoek in de meeting locatie naar type locatie, in %, Kust, 2013



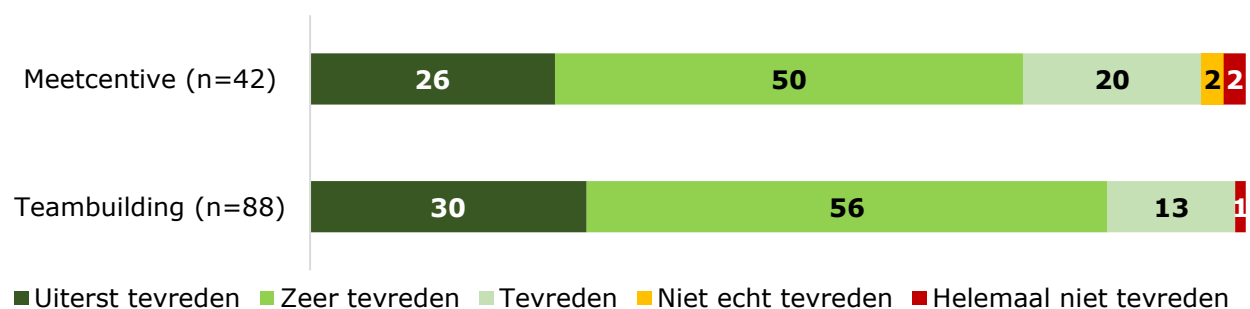
6.4.3 Tevredenheid over de organisatoren van teambuilding activiteiten aan de Kust

Tevredenheid over de organisator van activiteiten

De tevredenheid over de organisatoren van (teambuilding) activiteiten is zeer hoog. 76% van de planners die een meetcentive georganiseerd hebben aan de Kust zijn zeer tot uiterst tevreden over de organisator van de activiteiten. Bij de planners van een teambuilding aan de Kust ligt dit zelfs op 86%.

Grafiek 62

Algemene tevredenheid over de organisator van activiteiten naar type activiteit, in %, Kust, 2013



Tevredenheid over diverse aanbodelementen van de organisator van (teambuilding) activiteiten

Meetcentives

De organisatoren van meetcentives zijn het meest tevreden over de flexibiliteit in de dienstverlening door de organisator van de groepsactiviteiten (72% zeer tot uiterst tevreden), gevolgd door de afhandeling van de offerte-aanvraag (70% zeer tot uiterst tevreden) en informatie over de aangeboden activiteiten (67% zeer tot uiterst tevreden).

Minder tevreden is men over de kwaliteit van de gebruikte infrastructuur (zoals sanitair, douches, ...) (39% zeer tot uiterst tevreden) en over de prijs-kwaliteitsverhouding (8% ontevreden, maar toch 50% zeer tot uiterst tevreden).

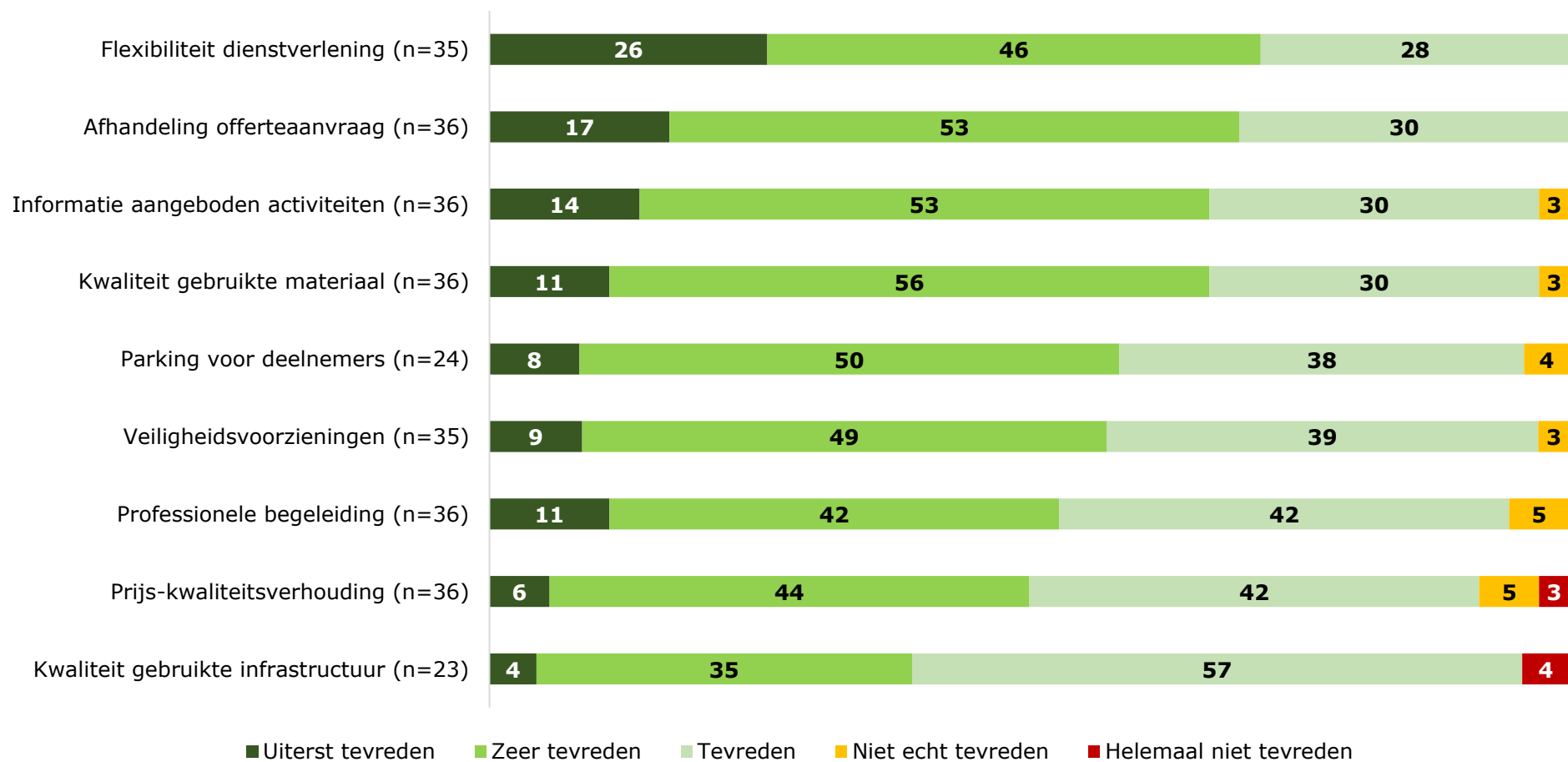
Teambuilding

De planners die een teambuilding organiseerden aan de Kust zijn zeer tevreden over de professionele begeleiding (73% zeer tot uiterst tevreden), de informatie over de aangeboden activiteiten (72% zeer tot uiterst tevreden) en de afhandeling van de offerte-aanvraag (71% zeer tot uiterst tevreden).

Over de kwaliteit van de gebruikte infrastructuur (zoals sanitair, douches, ...) is men ook hier minder tevreden, maar toch is nog altijd 50% zeer tot uiterst tevreden.

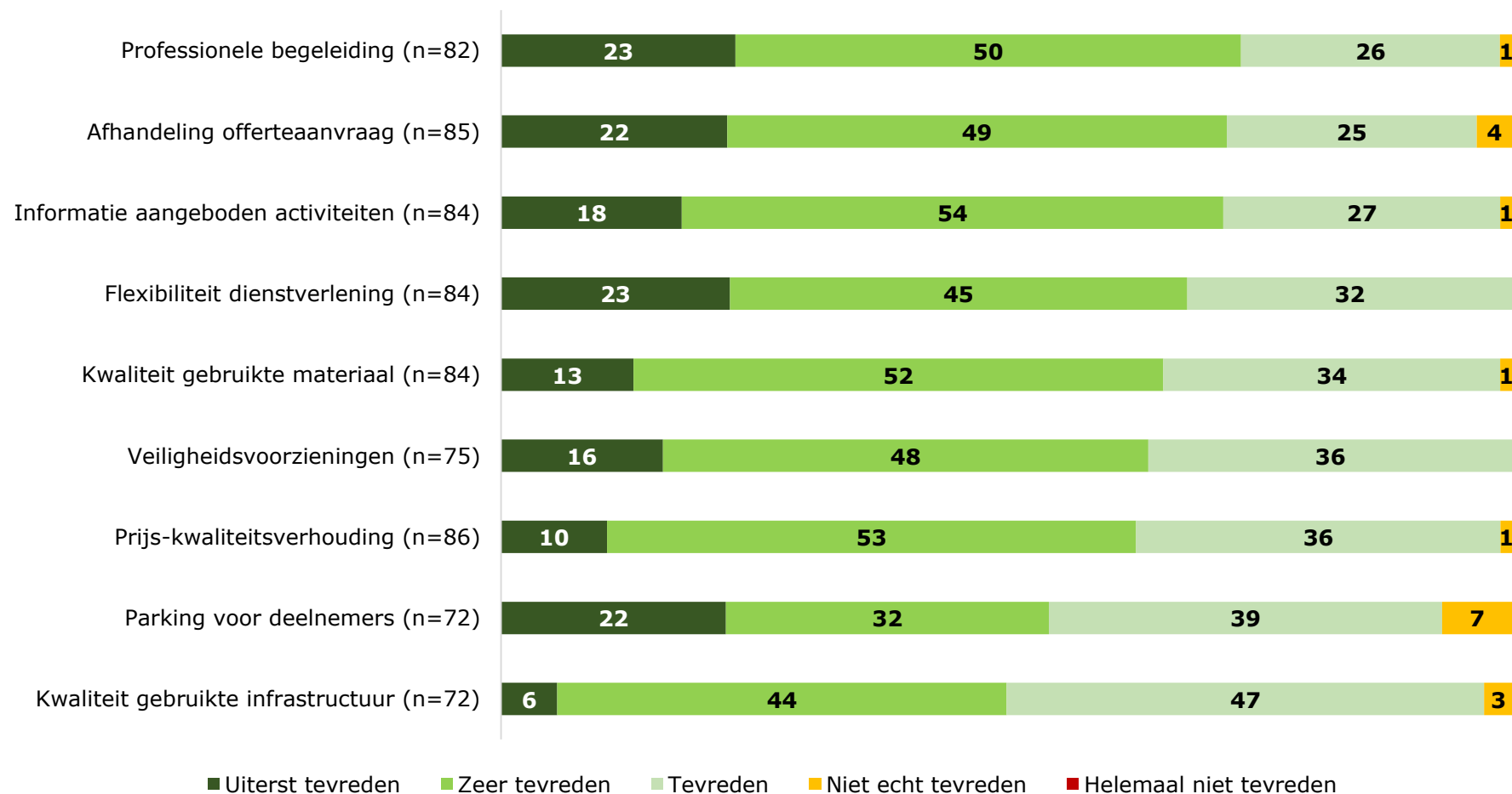
Grafiek 63

Tevredenheid over diverse aanbod elementen van de organisator van activiteiten bij meetcentives, in %, Kust, 2013



Grafiek 64

Tevredenheid over diverse aanbod elementen van de organisator van activiteiten bij teambuildings, in %, Kust, 2013

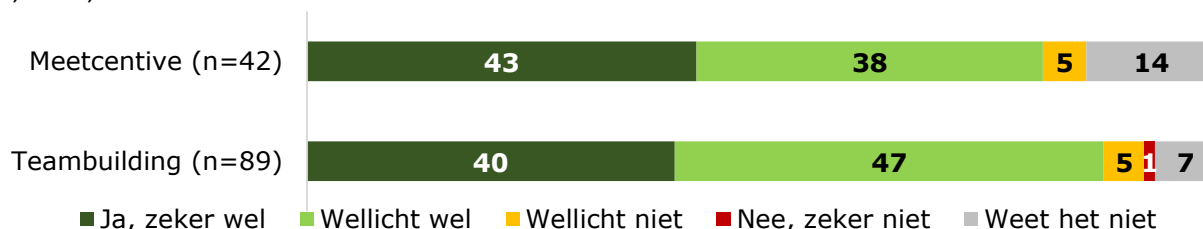


Intentie tot organiseren van nieuwe activiteit bij zelfde organisator

Zowel de organisatoren van teambuildings aan de Kust als de meetcentives tonen een hoge intentie om in de toekomst opnieuw gebruik te maken van de dienstverlening van de organisator van hun activiteiten aan de Kust.

Grafiek 65

Intentie tot opnieuw organiseren van activiteiten bij zelfde organisator naar type activiteit, in %, Kust, 2013



6.5 Bestedingen aan de Kust

Bestedingen door meeting planners aan de Kust

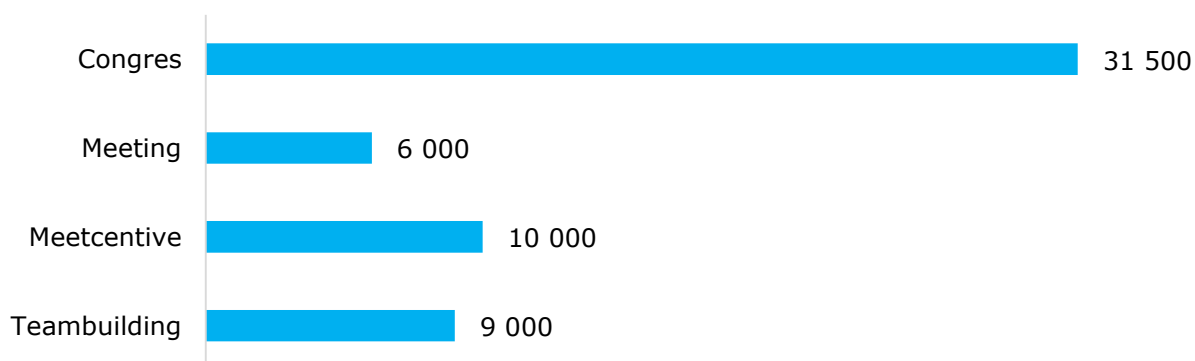
Een congresorganisator besteedt gemiddeld 31 500 euro aan de Kust bij de organisatie van een congres. Deze omvatten onder andere de huur van de meeting locatie, overnachtingen voor medewerkers, sprekers en eventueel deelnemers, maaltijden en dranken, catering, huur audiovisueel materiaal, parking, maar geen transportkosten naar de Kust.

Een meeting planner besteedt veel minder aan de Kust: gemiddeld 6 000 euro.

Bij teambuildings en meetcentives ligt het gemiddelde budget op respectievelijk 9 000 euro en 10 000 euro door de organisator.

Grafiek 66

Gemiddelde bestedingen door meeting planners per type activiteit, in euro, Kust, 2013



Tabel 46

Bestedingen aan de Kust door meeting planners, in %, Kust, 2013

Uitgaven meeting planners	Congres	Meeting	Meetcentive	Teambuilding
<2 500	13,3	37,4	29,2	41,6
2 500 – 4 999 euro	3,3	25,0	22,8	27,2
5 000 – 7 499 euro	6,8	6,3	18,7	7,8
7 500 – 9 999 euro	3,3	12,5	6,3	7,8
10 000 – 14 999 euro	16,7	6,3	8,3	6,5
15 000 – 19 999 euro	16,7	12,5	2,1	3,9
20 000 – 29 999 euro	10,0	0,0	4,2	1,3
30 000 – 39 999 euro	10,0	0,0	4,2	0,0
40 000 – 49 999 euro	3,3	0,0	0,0	0,0
50 000 – 99 999 euro	13,3	0,0	4,2	1,3
100 000 – 149 999 euro	0,0	0,0	0,0	1,3
150 000 – 199 999 euro	0,0	0,0	0,0	1,3
200 000 en meer	3,3	0,0	0,0	0,0
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	30	16	48	77
Gemiddelde bestedingen (in euro)	31 500	6 000	10 000	9 000

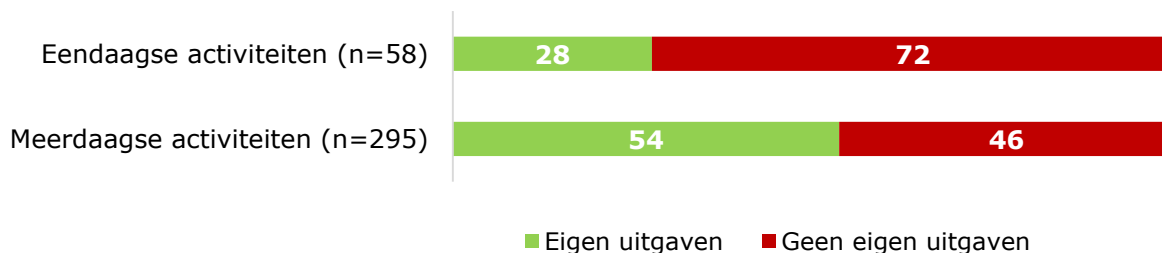
Bestedingen door deelnemers aan de Kust

Naast de bestedingen door de organisatoren van meeting activiteiten aan de Kust, kunnen ook deelnemers zelf uitgaven maken aan de Kust. Deze kunnen al dan niet achteraf door het bedrijf terugbetaald worden. Het gaat hier onder andere om maaltijden en dranken, parking, shopping, toegangsprijzen en logies. De deelnameprijs of 'participation fee' die deelnemers soms betalen om te kunnen participeren aan de meeting activiteit wordt hier niet mee in rekening gebracht doordat dit geen uitgaven zijn voor de Kust.

Eerst werd nagegaan of er al of niet bestedingen werden gemaakt die niet door de organisator werden gedragen. Slechts één vierde van de deelnemers aan eendaagse meeting activiteiten maken zelf uitgaven (28%). Bij meerdaagse activiteiten maakt 54% van de deelnemers uitgaven.

Grafiek 67

Al dan niet bijkomende uitgaven van deelnemers niet gedragen door de organisator van de meeting activiteit, in %, Kust, 2013



Tabel 47

Uitgaven per deelnemer per dag, in euro, Kust 2013

Eigen uitgaven deelnemers	Eendaagse activiteit	Meerdaagse activiteit
0 euro	72,4	46,4
Minder dan 10 euro	6,9	7,8
10 tot 19,99 euro	6,9	8,5
20 tot 29,99 euro	10,4	8,8
30 tot 39,99 euro	3,4	3,2
40 tot 49,99 euro	0	2,7
50 tot 99,99 euro	0	12,5
100 tot 149,99 euro	0	3,4
150 tot 199,99 euro	0	2,0
200 tot 499,99 euro	0	3,7
500 euro en meer	0	1,0
Totaal	100,0	100,0
Aantal ongewogen cases	58	295
Gemiddelde uitgaven (in euro)	5	15

7 OMZET VAN HET MEETING TOERISME AAN DE KUST

7.1 Omzet door meeting planners aan de Kust

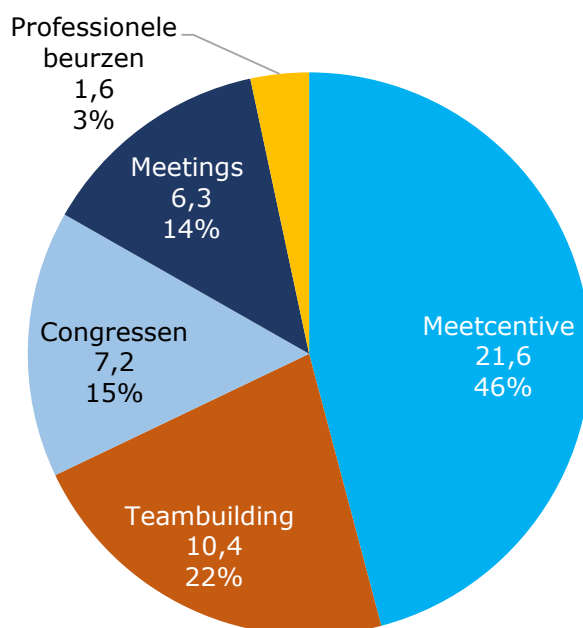
Organisatoren van meeting activiteiten aan de Kust zorgen voor een omzet van 47,0 miljoen euro aan de Kust.

Op basis van de gemiddelde bestedingen door organisatoren van meeting activiteiten aan de Kust en de ingeschatte vraag voor 2013, kan de omzet geraamd worden op **46 980 000 euro** door planners van meeting activiteiten aan de Kust.

Meetcentives zijn goed voor 21 550 000 euro omzet aan de Kust door meeting planners (46%). Daarna volgen teambuildings met een omzet van 10 350 000 aan de Kust door planners (22%) en congressen (7 205 000 euro omzet of 15%). Meetings zijn goed voor een omzet van 6 300 000 aan de Kust door meeting planners (14%) en de professionele beurzen voor 1 575 000 euro (3%).

Grafiek 68

Raming omzet meeting planners per type activiteit, in miljoen euro, Kust, 2013



7.2 Omzet door deelnemers aan de Kust

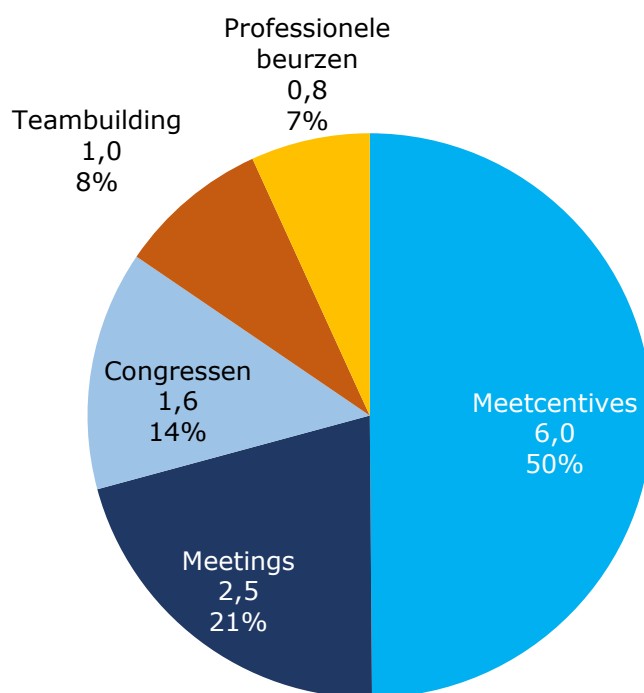
Deelnemers aan meeting activiteiten aan de Kust zorgen voor een omzet van 12,0 miljoen euro aan de Kust

Op basis van de gemiddelde bestedingen door deelnemers van meeting activiteiten aan de Kust en de ingeschatte vraag voor 2013, kan de omzet geraamd worden op **11 950 000 euro** door deelnemers.

Meetcentives zijn goed voor 5 960 000 euro omzet aan de Kust door deelnemers (50%). Daarna volgen meetings met een omzet van 2 500 000 aan de Kust door deelnemers (21%) en congressen (1 640 000 euro omzet of 14%). Teambuildings die vaak maar een dag duren zijn goed voor een omzet van 1 035 000 aan de Kust door deelnemers (8%) en de professionele beurzen voor 815 000 euro (7%).

Grafiek 69

Raming omzet deelnemers per type activiteit, in miljoen euro, Kust, 2013



7.3 Volume van omzet meeting toerisme aan de Kust

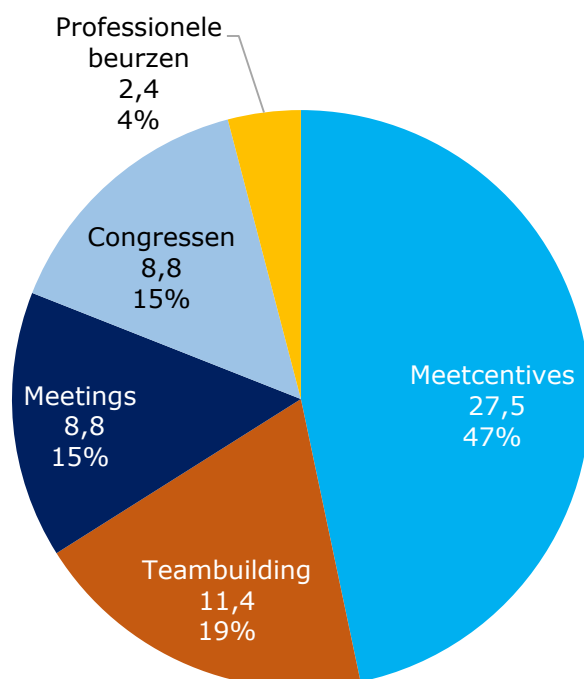
Naar type activiteit

De totale omzet door het meeting toerisme aan de Kust wordt geraamd op **58,9 miljoen** euro.

Bijna de helft daarvan wordt gerealiseerd door meetcentives (27,5 miljoen euro). Teambuildings zijn goed voor 11,4 miljoen euro, gevolgd door meetings en congressen met elk 8,8 miljoen euro. Professionele beurzen zorgen voor een omzet van 2,4 miljoen euro aan de Kust.

Grafiek 70

Raming omzet meeting toerisme per type activiteit, in miljoen euro, Kust, 2013



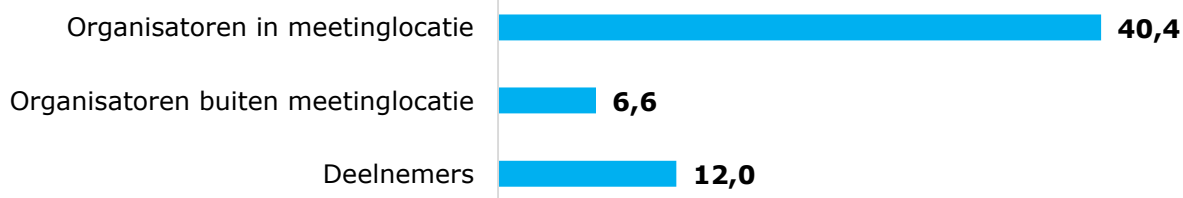
Als deze omzet gerelateerd wordt tot de totale omzet door toerisme van de Kust in 2013 (2,8 miljard euro), dan is het meeting toerisme aan de Kust goed voor 2,8% van de totale omzet. Indien de maanden juli en augustus, waarbij de nadruk ligt op het leisure toerisme en niet op het meeting toerisme, niet in rekening worden gebracht en abstractie wordt gemaakt van de jaarlijkse vaste kosten bij vakantiewoningen en lange termijn-kampeerplaatsen (zoals provinciebelasting, gemeentebelasting en onderhoudskosten), dan is de omzet gegenereerd door het meeting toerisme aan de Kust goed voor 4,3%.

Organisatoren besteden het meest in de meeting locatie: 40,4 miljoen euro. Daarnaast zorgen de organisatoren van meeting activiteiten voor een bijkomende omzet van 6,6 miljoen euro aan de Kust buiten de meeting locatie.

Zoals hiervoor aangegeven zorgen deelnemers voor een omzet van net geen 12 miljoen euro aan de Kust.

Grafiek 71

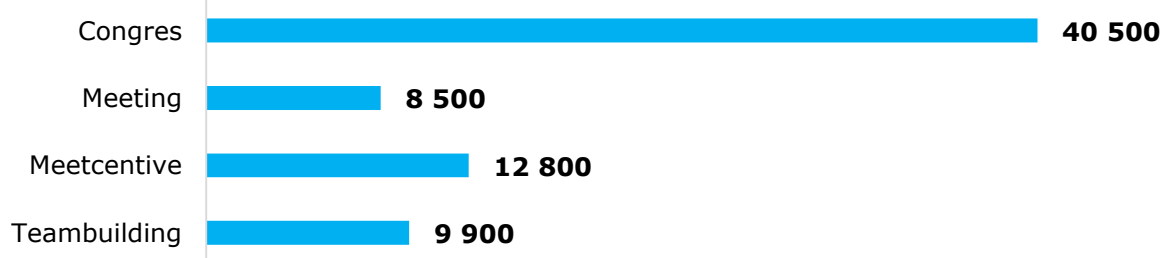
Raming opdeling omzet meeting toerisme, in miljoen euro, Kust, 2013



Gemiddeld zorgt een meeting voor een economische bijdrage van 8 500 euro aan de Kust. Bij een teambuilding ligt dit iets hoger op 9 900 euro en bij meetcentives op 12 800 euro doordat die gemiddeld iets langer duren. Gemiddeld realiseert een congres een economische bijdrage van 40 500 euro aan de Kust.

Grafiek 72

Gemiddelde omzet aan de Kust per type activiteit, in euro, Kust, 2013



Op niveau van de deelnemers zorgt een **eendaagse deelnemer voor een omzet van 75 euro** per deelnemer en **een meerdaagse deelnemer 210 euro** per deelnemer.

Naar kustgemeente

Oostende realiseert de grootste omzet door meeting activiteiten aan de Kust (20,1 miljoen euro of 34% van de totale Kust).

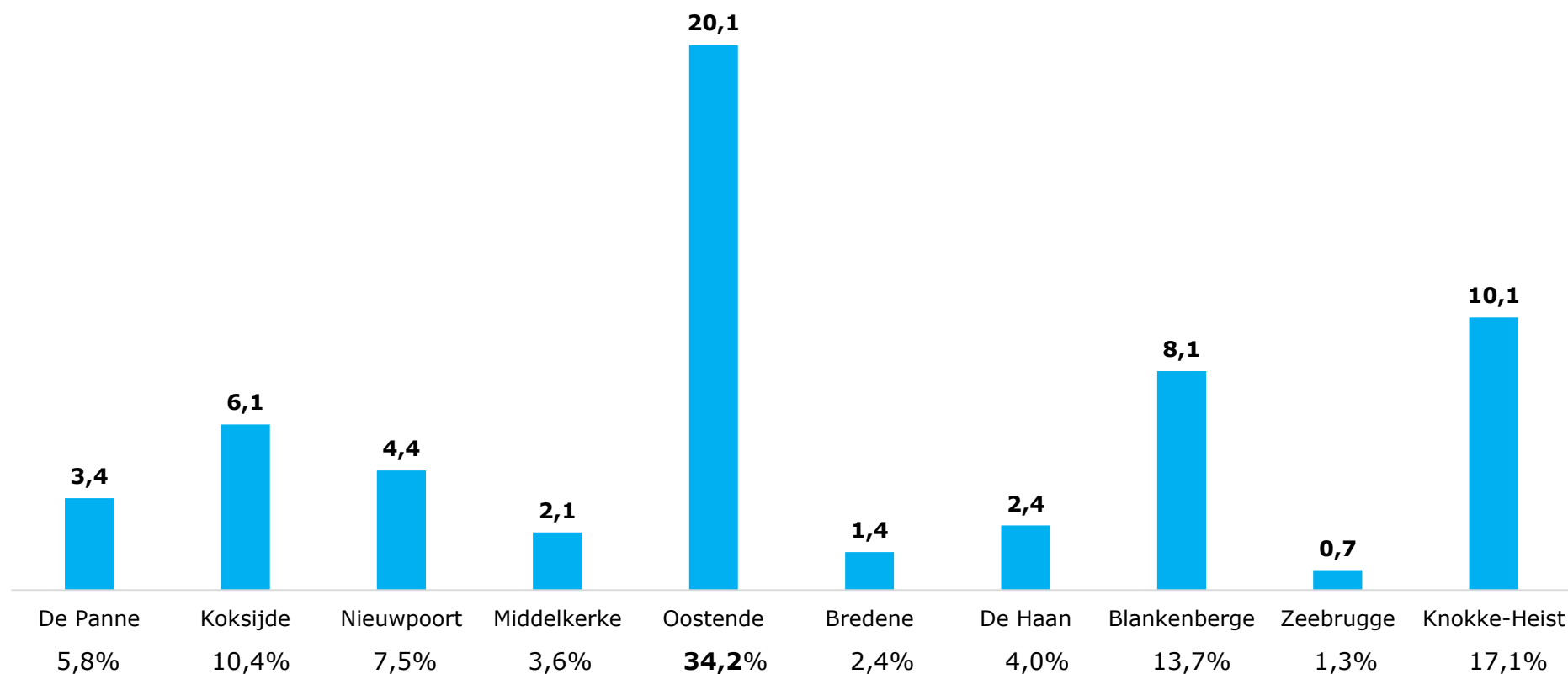
Daarna volgen Knokke-Heist (10,1 miljoen euro; 17%) en Blankenberge (8,1 miljoen euro; 14%).

Koksijde (6,1 miljoen euro; 10%) en Nieuwpoort (4,4 miljoen euro; 8%) vervolledigen de top 5.

Daarna volgen De Panne (3,4 miljoen euro), De Haan (2,4 miljoen euro), Middelkerke (2,1 miljoen euro), Bredene (1,4 miljoen euro) en Zeebrugge (0,7 miljoen euro).

Grafiek 73

Raming omzet meeting toerisme per kustgemeente, in miljoen euro, Kust, 2013



8 OPVOLGING MEETING TOERISME AAN DE KUST

8.1 Monitor module

Om de sector van nabij en op een continue manier te volgen, werd een online monitoring systeem opgezet waarbij de meeting markt aan de Kust kan worden gevolgd in de volgende jaren.

Deelnemende meeting uitbaters krijgen vanuit de monitor automatisch een maandelijkse mail om hun meeting gegevens door te geven.

Via een tabel worden enkele gegevens per boeking opgevraagd. Voor meeting logies gaat dit over de datum waarop de meeting activiteit plaatsvond, het aantal personen in de groep, het aantal dagen verhuur van zalen, het aantal gerealiseerde overnachtingen, de sector en de herkomst van de organisator.

Tabel 48

Voorbeeldtabel voor het ingeven van de meeting gegevens door meeting logies:

Meetinggegevens									
	Datum (*)			Aantal personen in groep (*)	Aantal dagen verhuur zalen (*)	Aantal overnachtingen (*)	Sector bedrijf/vereniging (*)	Herkomst bedrijf/vereniging (*)	
1	Dag	Maand	Jaar				- Selecteren -	- Selecteren -	
2	Dag	Maand	Jaar				- Selecteren -	- Selecteren -	
3	Dag	Maand	Jaar				Selecteren	Selecteren	
4	Dag	Maand	Jaar				Selecteren	Selecteren	
5	Dag	Maand	Jaar				- Selecteren -	- Selecteren -	
6	Dag	Maand	Jaar				- Selecteren -	- Selecteren -	
7	Dag	Maand	Jaar				- Selecteren -	- Selecteren -	
8	Dag	Maand	Jaar				- Selecteren -	- Selecteren -	
9	Dag	Maand	Jaar				Selecteren	Selecteren	
10	Dag	Maand	Jaar				Selecteren	Selecteren	
Lijn toevoegen									

Op basis van de ingevulde gegevens kan Westtoer de evoluties in het meeting toerisme bijhouden. Eind 2014 nemen er **40 aanbieders** deel aan deze module.

8.2 Feedback

Halfjaarlijks wordt er een feedback rapport verstuurd naar de deelnemers aan de module.

Deze bevat volgende onderdelen:

- Spreiding van het aantal meetings (boekingen) per maand.
- Aantal overnachtingen naar aanleiding van meetings per maand (enkel voor logies).
- Procentuele spreiding meetings per maand t.o.v. gemiddelde aan de Kust.
- Procentuele spreiding overnachtingen n.a.v. meetings per maand t.o.v. gemiddelde aan de Kust.
- Groepsgrootte (in categorieën en gemiddeld) bij meetings t.o.v. gemiddeld aan de Kust.
- Sector organisator van meetings t.o.v. gemiddeld aan de Kust.
- Herkomst organisator van meetings t.o.v. gemiddeld aan de Kust.

De deelnemende logies ontvingen in februari 2015 hun eerste rapport voor 2014.

Voor de venues en teambuilding organisatoren is de steekproef in 2014 te klein om benchmark rapporten op te stellen.

In 2015 wordt verder actief gewerkt om deze steekproef uit te breiden.

9 Conclusies

9.1 Samenvattende cijfers

- Het meeting toerisme aan de Kust is aanvullend aan de topperiodes voor het leisure toerisme doordat de meeste meeting activiteiten plaatsvinden buiten de vakantieperiodes en is een sector waar vele aanbieders op werken. In 2013 waren 79 meeting logies (53 hotels, 15 vakantiecentra, 9 jeugdlogies en 2 vakantieparken) en 34 meeting venues (15 congrescentra en 19 special venues) aan de Kust actief op deze markt.
- Samen bieden deze 113 aanbieders 469 zalen aan waar in totaal bijna 52 000 personen een meeting activiteit kunnen bijwonen. In vergelijking met Vlaanderen zijn de aanbieders aan de Kust kleinschaliger (zowel in aantal zalen als in gemiddelde personencapaciteit). De Kust is dus een ideale meeting bestemming voor kleine tot middelgrote groepen.
- Naast de 113 aanbieders van meeting locaties zijn er ook 20 strandclubs en diverse dienstverleners actief op deze markt, vooral op het vlak van teambuilding activiteiten voor bedrijven en verenigingen.
- In 2013 wordt het aantal meeting activiteiten aan de Kust geraamd op 4 625. Bijna de helft daarvan waren meetcentives waarbij een meeting gecombineerd wordt met een groepsactiviteit. Daarna volgen teambuildings en meetings, elk goed voor ongeveer 25%. Congressen en professionele beurzen vinden maar beperkt plaats aan de Kust.
- Oostende is goed voor één derde van het aantal meeting activiteiten aan de Kust. Daarna komen Knokke-Heist, Blankenberge en Koksijde, samen goed voor 41%. De overige 6 kustgemeenten organiseren 26% van de meeting activiteiten.
- Het meeting toerisme is een sector die gevoelig is voor economische recessies. Het meeting toerisme aan de Kust is echter vooral gericht op de binnenlandse markt die minder volatiel is. Het meeting toerisme is hersteld na de crisis en is goed voor een **omzet** van bijna **60 miljoen euro** aan de Kust.

9.2 SWOT voor de Kust als meeting bestemming

Sterkten

- Omgeving van zee, strand en duinen zorgt voor een aanbod van unieke activiteiten.
- Aanbod van zeegastronomie is een troef gezien meeting activiteiten aan de Kust vaak gecombineerd worden met een restaurantbezoek buiten de meeting locatie.
- Ontspannende en inspirerende omgeving van de Kust waarbij de deelnemers eens 'weg' zijn van het bedrijf en tussen de vergaderingen in wat kunnen uitwaaien aan zee.
- Familiale, kleinere meeting logies waarvan sommigen erg professioneel actief zijn op de meeting markt.
- Makkelijk bereikbaar voor deelnemers uit West- en Oost-Vlaanderen, Antwerpen, en het westelijke, noordelijke en zuidelijke deel van Brussel.
- Meerdere kustgemeenten zijn vlot bereikbaar met openbaar vervoer vanuit het binnenland.

Zwakten

- De onzekerheid van het weer in functie van buitenactiviteiten zorgt voor een beperkte periode voor teambuildings (april-juni; september-oktober).
- Kust is weinig gekend als een professionele meeting bestemming.
- (Nieuw) aanbod van meeting locaties is te weinig gekend bij meeting planners en professionele tussenpersonen.
- Klein aandeel van meeting venues is actief op de meeting markt in vergelijking met Vlaanderen.
- Beperkte actieradius.
- Perceptie van veraf en lang onderweg.
- Te weinig concrete meeting informatie makkelijk en snel te vinden bij de aanbieders.
- Niet altijd een coherent geheel in het aanbod van meeting infrastructuur: vergaderzalen moeten niet alleen professioneel uitgerust zijn met onder andere een geïntegreerd scherm en beamer, gratis Wi-Fi met voldoende bandbreedte voor groepen, maar ook de dienstverlening moet professioneel zijn door een persoonlijke benadering en een flexibele dienstverlening naar de meeting klanten.
- Weinig meeting infrastructuur en logiescapaciteit voor hele grote congressen.
- Buiten seizoen niet overall een aantrekkelijk aanbod van individuele ontspanningsmogelijkheden of avondactiviteiten.

Kansen

- De meeting markt is hersteld na de crisis van 2008-2009 (op basis van de KiTS-meeting barometer en FOD-gegevens) en bedrijven/verenigingen organiseren weer meer meeting activiteiten buitenshuis maar ze zijn wel prijsbewuster.
- Kwalitatieve winteractiviteiten aanbieden die inspelen op het unieke van de Kust: culinaire wandelingen of kookworkshops met Noordzee producten, gegidste natuur- en strandwandelingen.
- Mobiliseren van aantrekkelijke special venues op unieke locaties waar zowel meetings, meetcentives als teambuildings kunnen georganiseerd worden.
- Werken aan een professionele aanpak door de aanbodzijde waardoor meeting planners enkel positieve ervaringen opdoen.
- Meer betrekken van de strandclubs in het meeting aspect: voor kleinere vergaderingen bieden zij unieke locaties met een prachtig zicht.
- Ook aan meetings een korte kust-ervaring bieden als extra meerwaarde.

Bedreigingen

- Meer concurrentie vanuit de Kunststeden bij meeting logies doordat weekprijzen daar beginnen dalen en zo meer in de buurt liggen van de prijzen aan de Kust buiten het seizoen.
- Voor internationale meeting activiteiten is er grote concurrentie van Brugge en Gent.
- De meeting markt is vatbaar voor economische recessies.

9.3 Algemene aanbevelingen

Er zijn potenties voor versterking van deze sector aan de Kust indien er voldoende inspanningen geleverd worden rond **het product** en **rond de promotie van de bestemming**.

Zo is er nood aan een coherent meeting aanbod en een professionele aanpak vanuit het aanbod. Naast een professionele uitrusting van vergaderzalen (met onder andere highspeed Wi-Fi, een geïntegreerd scherm en beamer) is er ook flexibiliteit nodig in de dienstverlening naar de meeting klant en een persoonlijke benadering waarbij de meeting klant een beroep kan doen op een contactpersoon voor, tijdens en na de meeting activiteit.

Het is ook belangrijk duidelijke informatie omtrent de meeting infrastructuur op de website te zetten en in de uitgestuurde offertes. Volgende informatie is belangrijk om te communiceren naar potentiële meeting klanten:

- Het aantal zalen, uitrusting van de zalen en personencapaciteit in verschillende opstellingen.
- Het aantal kamers voor logies.
- De aangeboden vergaderarrangementen.
- Het beschikbare comfort voor meeting logies.
- De aangeboden dienstverlening.
- Welke leuke activiteiten in huis of in de omgeving gecombineerd kunnen worden met een meeting activiteit.
- Praktische informatie zoals parkeermogelijkheden, bereikbaarheid met wagen of openbaar vervoer.
- Indien je als uitbater actief werkt op milieubeheer, vermeld dit dan ook..

Verder is het ook belangrijk om als aanbieder snel een kwaliteitsvolle offerte aan te bieden aan de meeting klant. Bedrijven en verenigingen maken steeds meer last-minute boekingen voor hun meeting activiteiten.

Op promotioneel vlak kunnen inspanningen geleverd worden om de Kust meer top-of-mind te maken voor professionele meeting activiteiten in een ontspannende en inspirerende omgeving. Daarbij is het ook noodzakelijk om potentiële meeting klanten en tussenpersonen het aanbod aan meeting faciliteiten aan de Kust te laten ontdekken.

Er zijn verschillende uitdagingen op Kustniveau. Iedereen wil komen met mooi weer, zeker als er buitenactiviteiten gepland zijn. Zo is het moeilijker om in de wintermaanden meetcentives en teambuildings aan de Kust te krijgen, tenzij er meer werk wordt gemaakt van een volwaardig 'winterprogramma'. Daarnaast kan er ook gezorgd worden voor kwalitatieve alternatieven indien een buitenactiviteit niet kan plaatsvinden wegens het slechte weer.

9.4 Aanbevelingen per type meeting activiteit

Meetcentives en teambuildings

Meetcentives en teambuildings zijn de twee belangrijkste segmenten voor de meeting toerisme aan de Kust, doordat ze gebruik maken van de unieke troeven van de Kust. Daarenboven zijn deze activiteiten mogelijk in alle kustgemeenten. Meetcentives vinden het hele jaar plaats buiten de zomermaanden, bij teambuildings ligt de nadruk op de periode mei-juni en september-oktober.

Een meetcentive genereert gemiddeld een hogere omzet (12 800 euro) dan een teambuilding (9 900 euro) doordat ze gemiddeld langer duren en daardoor meer met overnachtingen gepaard gaan aan de Kust.

Deze activiteiten worden voornamelijk geboekt door bedrijven uit de profit sector die bereid zijn om een grotere afstand af te leggen voor leuke, unieke groepsactiviteiten die met zee en strand te maken hebben. Vooral meetcentives trekken een belangrijk cliënteel uit het Brusselse.

Planners van meetcentives en teambuildings zoeken variatie in activiteiten en bestemmingen (ook langs de Kust). Deze planners kunnen beter kustbreed benaderd worden want de Kust staat hier in concurrentie met andere bestemmingen met een unieke omgeving voor groepsactiviteiten zoals de Ardennen, Brugge en Gent. Daarnaast zijn ook persoonlijk contact en duidelijke informatie over de mogelijkheden op websites belangrijk voor deze planners.

Uitbaters van meeting logies kunnen actiever op deze markt werken door het zoeken en aanbieden van incentive/leisure groepsactiviteiten in en buiten hun logies. Daarvoor kan het nuttig zijn om allianties te maken met andere actoren aan de Kust.

Ook de kustgemeenten zelf kunnen inspanningen leveren voor deze markt door via hun Convention Bureau of Dienst voor Toerisme informatie te verstrekken over het aanbod, dienstverleners en attracties binnen hun gemeente en nieuwe attracties en musea te activeren op deze markt te werken.

Congressen

Congressen komen minder frequent voor aan de Kust en enkel in kustgemeenten met gepaste congresinfrastructuren. Congressen aan de Kust worden iets meer georganiseerd door organisaties uit de non profit sector, vooral in vakantiecentra en in congrescentra.

Een congres genereert gemiddeld een hoge omzet (40 500 euro) doordat ze vaak gespreid zijn over meerdere dagen met meer overnachtingen door grotere groepen. Een congres wordt daardoor vaker langer op voorhand gepland en geboekt.

Organisatoren van congressen zijn afkomstig uit Vlaanderen en het Brussels Gewest en zijn in het algemeen tevreden over de Kust. Daardoor keren ze heel vaak terug naar dezelfde congreslocatie. Prospectie en persoonlijk contact zijn zeer belangrijk voor deze organisatoren.

De Kust bezit voldoende mogelijkheden qua infrastructuur en logies om zich hoofdzakelijk te positioneren op de middelgrote congressen (200 tot 500 deelnemers) die meer gespreid over het jaar plaatsvinden.

Meetings

Meetings zijn aanvullend mogelijk in alle kustgemeenten. Zij bestaan uit kleinere groepen die voor een halve dag tot 3 dagen naar de Kust komen, voornamelijk uit de profit sector en dit het hele jaar door buiten de vakantieperiodes.

Een meeting genereert gemiddeld een omzet van 8 500 euro aan de Kust. Organisaties die enkel een meeting aan de Kust organiseren zijn dicht bij de Kust gelokaliseerd. Ze veranderen soms eens van bestemming langs de Kust waardoor ze kustbreed benaderd kunnen worden.

Voor deze organisatoren zijn een professionele uitrusting van de meeting infrastructuur en een correcte dienstverlening essentieel. Als aanbieder is het dus belangrijk een coherent meeting product aan te bieden met aandacht voor persoonlijke contacten en duidelijke informatie naar de meeting klant toe.

10 BIJLAGES

10.1 Lijst dieptegesprekken

- Alain Heggerick – Support Account Manager Oracle en Rufie Events
- Annick Claeys en Geert Uytterhoeven – The Outsider Coast
- Axel Waelbers – Business Solutions Groupe Pierre et Vacances
- Bartel Van Iseghem – Managing Partner MeetMarcel
- Brigitte Van Dam – Marketing Manager Belux Alcatel Lucent
- Chris Christiaens – Event Organiser ENI Gas & Power
- Evy Brioen – Marketing Coordinator Fanuc Benelux
- Frank Vanleenhove – Founder Surfers Paradise en Lakeside Paradise
- Gauthier Deliens – B2B Account Manager Kinopolis Brugge en Oostende
- Gwendoline Nys – Adjunct Directeur Kursaal Oostende
- Hugo Slimbrouck – Director of Strategic Partnerships Ovation Global DMC
- Johnny Machiels – Managing Partner Eventmasters
- Liesbet Briké – Events Coordinator GC Europe
- Maarten Vanneste – CEO Abbit Meeting Support & President Meeting Design Institute
- Maxime Debusschere – Event Coördinator Van Marcke
- Peter Kamoen – Eigenaar Hotel Azaart
- Petra De Groote – Eigenaar Grand Hotel Belle Vue
- Piet De Langhe – Nationaal Bewegingscoördinator en Event Coördinator Bouwunie
- Raymond Desmet en Brigitte Boone – Managing Partners Admire, Meetings – Incentives – Conferences - Events
- Serge Slegers – Sales Manager Hotel Bero
- Steve Roose – Partner-Director Mosaic Events

Gegevens uit deze uitgave mogen openbaar worden gemaakt mits uitdrukkelijke bronvermelding.



Contactpersoon: Olivier Verhaeghe
Koning Albert I laan 120
8200 Sint-Michiels (Brugge)
Tel. +32 50 30 55 00
Fax +32 50 30 55 90
www.westtoer.be
info@westtoer.be